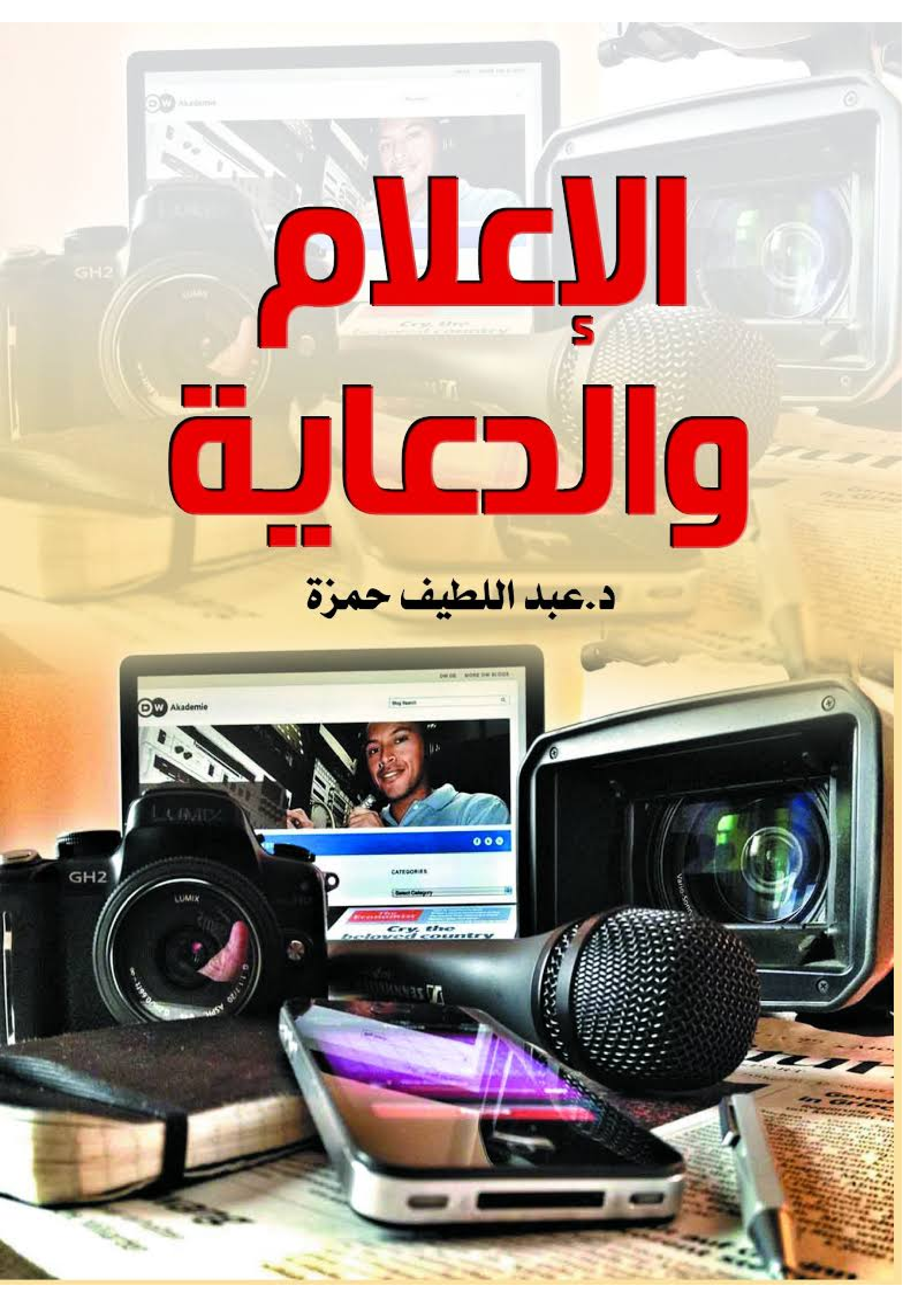

الإعلام
والدعاية
د.عبد اللطيف حمزة
DW Akademie
LUMIX
GH2
LUMIX
CATEGORIES
Cry, the beloved country

الإعلام والدعاية

تأليف

د.عبد اللطيف حمزة

الكتاب: الإعلام والدعاية

الكاتب: د.عبد اللطيف حمزة

الطبعة: ٢٠٢١

الطبعة الأولى ١٩٦٨

الناشر: وكالة الصحافة العربية (ناشرون)

٥ ش عبد المنعم سالم – الوحدة العربية – مدكور- الهرم –
الجيزة - جمهورية مصر العربية
هاتف : ٣٥٨٢٥٢٩٣ _ ٣٥٨٦٧٥٧٦ _ ٣٥٨٦٧٥٧٥
فاكس : ٣٥٨٧٨٣٧٣

APA

http://www. bookapa.com E-mail: info@bookapa.com

دار الكتب المصرية
فهرسة أثناء النشر

حمزة ، عبد اللطيف
الإعلام والدعاية / د.عبد اللطيف حمزة
– الجيزة – وكالة الصحافة العربية.
٢٦٠ ص، ١٨*٢١ سم.
الترقيم الدولى: ٥ – ٢٣٢ – ٩٩١ – ٩٧٧– ٩٧٨
أ – العنوان رقم الإيداع : ٩٧٩٠ / ٢٠٢١

الإعلام والدعاية



مقدمة

صحيح ما يقال من أن الرأي العام والإعلام وجهان لعملة واحدة وهذه العملة هي الحرية. إما الدعاية فشيء آخر غير الإعلام كما سنعرف ذلك.

وهنا يتبادر إلى أذهاننا أولاً سؤال كهذا السؤال: متى كان للرأي العام وجود في التاريخ؟

والذي نعرفه من دراسة التاريخ العام أن العصور القديمة لم تأبه كثيراً لرأي الجماهير .. ولكنها كانت تأبه كثيراً لرأي الحاكم. لذلك رأينا أفلاطون يجرد الرأي العام للجماهير من كل قيمة. وهذا بالرغم من أننا نعرف جيداً أن اليونان القدماء كان لهم الشأن الكبير والدور الخطير في تاريخ الحرية والديمقراطية. ومن أقوالهم المأثورة في ذلك:

"إن الأمة الواحدة – إذا اتسعت اتساعاً كبيراً – لا تقوى على المحافظة على حريتها. والسبب في ذلك أنه لابد وأن يجتمع الناس كلهم في ساحة واحدة في المدينة لكي يستمعوا إلى أقوال الزعماء والقادة. وبدون ذلك يعجز الشعب كل العجز عن الاطلاع على أحوال الحكام وتتبع أعمال الحكومة".

في هذه الكلمات ما يدل دلالة قاطعة على أن الديمقراطيات القديمة كانت تسمح بوجود الرأي العام. غير أن ذلك مشروط في العبارة السابقة بقلة عدد السكان حتى يسهل جمعهم في مكان واحد ليستمعوا إلى آراء القادة وذوي الحل والعقد في المجتمع.

لهذا السبب ولأسباب أخرى كثيرة لم يستطع الرأي العام أن يلعب دوره كاملاً في البيئات القديمة برغم أنها عرفت من أدوات الاتصال بالجماهير فنوناً كثيرة منها الخطابة والشعر والمسرح. ومنها الأسواق العامة التي كانت تعرضي الله عنه فيها

المعروضات الفكرية إلى جانب المعروضات المادية ومن الأمثلة على هذه الأسواق القديمة عند العرب: سوق عكاظ، وذي المجاز. والمربد. وفي اليونان كانت السوق تعرف باسم (القوارب) وكانت معرضي الله عنهاً لكل ذلك.

أجل – لم يستطع الرأي العام أن يلعب دوره كاملاً في البيئات القديمة. ولكنا نستطيع أن نستثني من ذلك (أثينا) من جهة، و(المدينة) على عهد النبي والخلفاء الراشدين من جهة ثانية. وفي المدينة كان العرب إذ ذاك من القلة العددية بحيث يستطيعون بسهولة أن يتجمعوا في المساجد والجوامع والأماكن العامة، وأن يتشاوروا في أمور خطيرة من أهمها أمر اختيار الخليفة.

غير أنه بمضي ذلك العهد الزاهر – عهد النبي والخلفاء الراشدين – وبزيادة عدد المسلمين، وبظهور العواصم الجديدة في العالم الإسلامي تعذر على المسلمين ممارسة الديمقراطية والتعبير عما يسمى "بالرأي العام". وأصبح هذا الرأي – أو كاد يصبح – مقصوراً على الحكام، وإن كان من عادة هؤلاء أن يأخذوا برأي علماء الدين الذين كانوا أشبه بنواب عن المسلمين يراقبون أعمال الراعي ويحافظون على مصالح الرعية.

هذا كله في العالم العربي. أما في العالم الغربي فمما لا شك فيه أن السنوات الأخيرة من القرن الثامن عشر – وهي السنوات التي حدثت فيها الثورة الفرنسية – طغت سيطرة الرأي العام الذي كان يسميه مونتسكيو (بالروح العام) والذي عبر عنه روسو (بالإرادة العامة).

تم في القرن الذي نعيش فيه فرضي الله عنه الرأي العام نفسه على أكثر بلاد العالم المتمدن. وأصبحت له وسائله الحديثة إلى ذلك. ومنها الصحف والكتب ثم الراديو والتليفزيون. ويضاف إلى ذلك رأي الشعب كله ممثلاً في المجالس النيابية. وليس أروع في التاريخ المعاصر من المثل الذي ضربه العدوان الثلاثي على مصر سنة ١٩٥٦ . فمما لا ريب فيه أن قوة (الرأي العام العالمي) كانت من أقوى الأسباب

التي أدت إلى انتصار مصر على دول ثلاث اشتركت في العدوان عليها. وهي إنجلترا وفرنسا وإسرائيل.

سؤال آخر يعرضي الله عنه للباحث أيضاً في موضوع (الرأي العام والإعلام والدعاية) – وهو متى كان للإعلام وجود في التاريخ؟

والجواب عن ذلك أن الإعلام وجد بوجود هذا العالم. ولكنه مرّ بمراحل كثيرة حتى وصل إلى الصورة التي عليها في وقتنا الحاضر.

والسبب في ذلك هو تغير وسائل الإعلام من عصر إلى عصر ، فقد كانت وسائل الإعلام في الأزمنة القديمة طبولاً تسمع في أدغال أفريقيا، ودخاناً يصعد في بلاد الهند، ونيراناً تسطع في صحراء العرب، وحمائم تطلق في عهود الخلفاء والسلاطين، وخيلاً تسبق الريح في توصيل الأنباء الهامة من بلد إلى بلد ونحو ذلك.

ومعنى هذا أن وسائل نقل الأخبار كانت كثيرة ومتنوعة في العصور القديمة. وكان القائمون بنقل الأخبار كثيرين أيضاً. ثم خضعت هذه الوسائل الإعلامية لأطوار متعددة بعد ذلك. حتى إذا صرنا إلى الوقت الذي نعيش فيه وجدنا أنفسنا أمام طائفة جديدة من هذه الوسائل. منها الصحف والإذاعة والتلفزيون "ويخلق مالا تعلمون"!

ثم أن الإعلام يختلف في طبيعته عن الدعاية. فالإعلام إنما يقوم على الأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة، والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك. أما الدعاية فتعتمد في أساسها على العواطف أو ما يسمى بالاستهواء النصي. ومع هذا وذاك فلا غنى للناس أو الحكومات عن الإعلام وعن الدعاية وفي وقت واحد.

أجل – أصبحنا في الوقت الحاضر نفرق تفرقة واضحة بين ما هو إعلام وما هو دعاية. ولذلك نجد الحكام في الدول الحديثة – وخاصة في النصف الثاني من القرن الذي نعيش فيه يعتمدون في اتصالهم بالجماهير على الإعلام أكثر من اعتمادهم على الدعاية. أو – على الأقل – يتظاهرون بذلك أمام الشعب. ويبدو هذا واضحاً في

خطب الرؤساء والقادة في المناسبات العامة، والانقلابات السياسية، والمؤتمرات الدورية وغير الدورية، وفي المجالس النيابية التي يجتمع فيها ممثلو الشعب، ويتحدثون فيها حديثاً يبنى على المعلومات الصحيحة والتقارير المدروسة، والإحصاءات التي لا تكذب القارئ أو السامع.

وهناك سؤال ثالث وأخير؛ وهو متى كان للدعاية وجود في التاريخ؟

والإجابة عن هذا السؤال مخالفة للإجابة عن السؤالين السابقين. ذلك أنه إذا كانت الديمقراطية الصحيحة شرطاً في وجود الرأي العام – فإنها – أي الديمقراطية – ليست شرطاً في وجود الدعاية. بل أن الدعاية ربما كانت أكثر ملاءمة للبيئات التي تنكر الديمقراطية وتقوم على الديكتاتورية – أو ما يسمى بنظرية السلطة المطلقة.

وإذا كانت الأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة شرطاً في الإعلام فإن هذه العناصر ليست شرطاً في الدعاية في جميع الأحوال. بل كثيراً ما تقوم الدعاية على الأخبار الكاذبة والحقائق الملفقة والنشرات أو البيانات الزائفة ونحو ذلك.

والديكتاتورية – أو نظام السلطة المطلقة – أكثر حاجة إلى الدعاية من أي نظام سواء. ولذلك نظر التاريخ إلى تأليه الفراعنة القدماء على أنه ثمرة من ثمرات الدعاية. وإلى سيطرة الباباوات على الناس والحكام على أنها نتيجة من نتائج الدعاية. كما نظر التاريخ إلى تحكم الخلفاء والسلاطين وانفرادهم بالسلطة نفس هذه النظرة. وفي كتاب لنا سابق هو كتاب "الإعلام له تاريخه ومذاهبه" شرح لهذه الفكرة.

هذا كله فيما يتصل بالدعاية السياسية. أما الدعاية التجارية فبعيدة كل البعد عن هذا المجال الذي نتحدث فيه.

قلنا أن الرأي العام والإعلام وجهان لعملة واحدة هي الحرية وعلى هذا فللحرية بهذا المعنى صور ثلاث: أولاها صورة الآراء الفردية، أو حق كل مواطن في إبداء الرأي الذي يراه. والثانية صورة الرأي العام – أو مجموع الآراء الفردية يلتقي بعضها ببعض ويؤثر بعضها في بعض. والثالثة – صورة الإعلام وهو الطريقة التي ينقل بها هذا الرأي

العام في النهاية. وخلاصة هذا الكلام أن الإعلام عبارة عن حرية التعبير عن الآراء .. ومن هنا وجب علينا في هذا الكتاب أن نبدأ الحديث عن (الرأي العام) ثم ننتقل منه إلى الحديث عن (الإعلام) ثم منهما إلى الحديث عن (الدعاية). وذلك ما جرى عليه منهج البحث.

(وبعد) فقد انتفعت في كتابي هذا وفي الكتاب الذي سبقه بعنوان (الإعلام له تاريخه ومذاهبه) بعدد كبير ممن كتبوا في موضوع الإعلام. سواء كانوا من المؤلفين العرب أم غير العرب. وإن كان الفصل الأول في الحقيقة ما زال للمؤلفين الأوربيين والأمريكيين الذين يعتبرون الرواد الأوائل في هذا الموضوع.

كما انتفعت في باب الدعاية من كتابي هذا بالمحاضرات التي ألقاها الدكتور محمد عبد القادر حاتم على طلبة الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة[1].

ومنذ ندبتني جامعة بغداد سنة ١٩٦٥ للمشاركة في إنشاء قسم الصحافة بكلية الآداب وجدت هذا القسم الجديد بحاجة شديدة إلى كتب تجمع فيها المواد الدراسية المطلوبة. وإذ ذاك شعرت بمسؤولية كبيرة تجاه قسم الصحافة ببغداد هي نفس المسؤولية الكبيرة التي شعرت بها تجاه قسم الصحافة بالقاهرة.

ومن هنا بدأت جهودي في بغداد بتأليف هذا الكتاب في موضوع (الرأي العام والإعلام والدعاية). وأنا أدعو الله أن يهبني القوة التي أتابع بها تأليف بقية الكتب اللازمة لهذا القسم الناشئ.

غير أن ذلك لا يتم بمفردي. فما أنا إلا واحداً من أساتذة آخرين يحملون معي عبء الدراسات الصحفية في جامعة بغداد. لذلك أود أن يأذن لي زملائي في هذا القسم الجديد فأدعوهم جميعاً إلى المبادرة إلى تأليف الكتب التي تتصل بهذه الدراسة.

---

(1) ألقى الدكتور عبد القادر حاتم بطل الإعلام العربي في جنوب السويس سنة ١٩٥٦ – هذه المحاضرات منذ عشر سنوات على وجه التقريب، وكان يومئذ وزيراً للثقافة والإرشاد. وفي حدود علمي أن هذه المحاضرات لم تزل مخطوطة إلى اليوم.

فإن ذلك هو الطريق الوحيد لإنشاء مكتبة خاصة بالدراسات الصحفية بجامعة بغداد حتى يمكن لهذه الدراسة أن تقف يوماً ما على قدم المساواة مع بقية الدراسات الجامعية الأخرى.

ومعروف أن الدراسات الصحفية في ذاتها إنما تدور حول فنون ثلاثة رئيسة؛ هي فن التحرير، وفن الإخراج، وفن الإدارة. كما تدور هذه الدراسة حول فنون أخرى كثيرة مثل موضوع (العلاقات العامة) وموضوع (الإعلان) وموضوع (التصوير الصحفي). كما تحتاج الدراسات الصحفية كذلك إلى بعض المواد الثقافية كموضوع (المذاهب السياسية) و(المذاهب الاقتصادية) ومادة (التشريعات الصحفية) ومادة (الإحصاء) ومادة (الاجتماع الصحفي) ومادة (الترجمة الصحفية) ونحو ذلك.

ومعنى ذلك أنني أرجو أن أشمل بدعوتي إلى تأليف الكتب اللازمة لقسم الصحافة جميع السادة الأساتذة الذين يقومون بتدريس جميع المواد المتقدمة. وهذه الدعوة التي أوجهها الآن إلى زملائي الأساتذة في قسم الصحافة بجامعة بغداد هي نفس الدعوة التي وجهتها من قبل إلى زملائي الأساتذة بقسم الصحافة بجامعة القاهرة – وهو القسم الذي تم إنشاؤه سنة ١٩٥٤ – أعني قبل إنشاء قسم الصحافة البغدادي بما لا يزيد من عشر سنين.

وإني لأذكر الآن بشيء كثير من الرضي الله عنها والاطمئنان أنني وزملائي الذين كانوا معي بالقاهرة في سنة ١٩٥٤ – وفقنا إلى تأليف ما يقرب من أربعين كتاباً في صميم الدراسة الصحفية كانت صالحة لإنشاء مكتبة صحفية، ثم اتسعت هذه المكتبة شيئاً فشيئاً بالرسائل العلمية التي تقدم بها خريجو معهد الصحافة بالقاهرة للحصول على درجة الدكتوراه في الآداب من معهد التحرير والترجمة والصحافة. وهو المعهد الذي خرج إلى الوجود سنة ١٩٣٩ – أعني قبل إنشاء قسم الصحافة المصري بخمس عشرة سنة. وبقى يتمتع بالحياة إلى سنة ١٩٥٧.

وهذا الذي تم للدراسة الصحفية بجامعة القاهرة هو ما أتمنى أن يتم مثله وأكثر

منه لهذه الدراسة الصحفية في جامعة بغداد. والله الموفق للصواب.

ومن واجبي في نهاية المقدمة أن أعترف بأن الفضل في إصدار هذا الكتاب إنما يرجع إلى طلبة قسم الصحافة ببغداد، فهم الذين قاموا بتسجيل المحاضرات التي ألقيتها عليهم في موضوع (الرأي العام والإعلام والدعاية)، وهم الذين قرؤوا على هذه المحاضرات بعد الفراغ من تسجيلها بطريقتهم الخاصة. وهم الذين أشاروا علي بعد ذلك بطبعها كتاباً في آخر الأمر.

فإلى جميع من أشارت إليهم هذه (المقدمة) أقدم أصدق الشكر. كما أقدم شكري كذلك لجامعة بغداد التي تفضلت فساعدت في نشر الكتاب. والله أدعو أن يوفقنا جميعاً لخدمة الوطن العربي. وإلى الله العلي القدير أبتهل أن ينفع الصحافة العراقية والإعلام العراقي بالجيل الجديد من الشباب الذي يتأهل لهذه المهنة الشريفة في قسم الصحافة.

عبد اللطيف حمزة

بغداد في يونيه (حزيران) ١٩٦٧

الباب الأول

الرأي العام

الفصل الأول

تعريف الرأي العام

ربما كان اصطلاح (الرأي العام) من اختراع العصور الحديثة التي تعددت فيها وسائل التعبير عن هذا الرأي، من صحيفة إلى إذاعة إلى تليفزيون إلى سينما إلى ندوة إلى مؤتمر إلى معرضي الله عنه إلى كتاب ونحو ذلك.

ولكن ليس معنى هذا بطبيعة الحال أن الرأي العام لم يكن له وجود ما في العصور السابقة. كلا، – فإننا لا نتصور عصراً من العصور القديمة أو الوسيطة كان محروماً من التعبير عن آرائه في كل مشكلة من المشكلات التي تواجهه أو الأحداث التي تمر به.

غاية ما في الأمر أن العصور التي تقدمتنا كانت لها وسائل أخرى للتعبير عن هذا الرأي. وقد أوشكت هذه الوسائل أن تكون محصورة في الكتاب والرسالة والخطبة والأسواق العامة؛ ومنها سوق المربد وسوق عكاظ ونحوهما. هذا كله فضلاً عن القصيدة الشعرية التي كانت تعتبر وسيلة من وسائل التعبير عن الرأي العام أو الخاص منذ العصر الجاهلي إلى العصور الوسيطة إلى العصر الحديث كما هو معروف.

ويتردد لفظ (الرأي العام) على الألسنة كثيراً في العصر الذي نعيش فيه؛ وخاصة عندما تقع حادثة مفزعة كحادثة غرق الباخرة دندرة بالقاهرة أو حادثة غرق السيارة العامة في النيل في شهر سبتمبر سنة ١٩٦٥. وقد راح ضحية هاتين الحادثتين في مصر عدد كبير من المواطنين. وهزت كل حادثة منهما مشاعر المصريين. وقد يبلغ من ضخامة الحادث أحياناً أنه يشغل بال الرأي العالمي بأسره. كما حدث ذلك في العدوان الثلاثي على مصر عام ١٩٥٦ وقد هز هذا العدوان ضمير العالم كله. فلم تتخلف دولة من الدول على الاشتراك برأيها في هذه الحادثة.

تعريف الرأي العام:

يختلف العلماء اختلافاً بعيداً في تعريف هذا المصطلح. ولنا أن تستعرضي الله عنه طائفة من هذه التعريفات. وسنجد أن بعضها يؤمن إيماناً عميقاً بقوة الرأي العام. وبعضها يظهر بعض الشك في ذلك. وكلا النوعين من التعريف يجعلنا ندرك خطورة الرأي العام في ذاته، ولا يحملنا مطلقاً على الشك في وجوده.

فمن التعريفات التي تؤمن بقوة الرأي العام ما يلي:-

١- يقول الأستاذ جيمس برايس في كتابه (الديمقراطيات الحديثة): "الرأي العام اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس بإثراء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة".

٢- ويقول الأستاذ ألبورت (**Alport**): "الرأي العام تعبير صدر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة من المسائل أو مقترح من المقترحات الواسعة النطاق؛ بحيث يمكن استدعاؤهم لهذا التعبير – سواء كانوا مؤيدين للفكرة أم معارضي الله عنهين لها، وبحيث تكون نسبتهم العددية كافية لإحداث تأثير ما بطريق مباشر أو غير مباشر.

٣- ويقول الأستاذ ألبيج (**Albig**) في كتابه (الرأي العام الحديث): أنه – أي الرأي العام – تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة من جماعة ما.

٤- ويقول الأستاذ كلاريد كنج في مقدمة كتابه (قراءات في الرأي العام): "أنه – أي الرأي العام – هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات بال وذلك بعد مناقشات علمية ومستوفاة".

٥- ويقول الأستاذ لينارد دوب (**Doob**) في كتابه (الرأي العام والدعاية): "أنه – أي الرأي العام – اتجاه جماعة من الناس نحو مشكلة معينة أو حادث معين".

ونقف قليلاً عند هذا التعريف الأخير فنقول: يقصد (بالاتجاه) حالة استعداد

عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي. ويؤثر هذا الاستعداد تأثيراً توجيهياً على استجابات الفرد لجميع الأشياء والمواقف التي تتصل بهذا الاستعداد.

والاتجاه – كما سنذكر ذلك فيما بعد – من الأمور التي توشك أن تكون ثابتة ثبوتاً دائماً في الأفراد والجماعات. فالاتجاه العدائي ضد الزنوج في أمريكا يكاد يرثه الطفل الأبيض عن أبويه وعن المدرسة وعن الجامعة.

ويقصد بالجماعة في بحوث الرأي العام العدد من الأفراد الذين ينتمون إلى هيئة واحدة كالأسرة أو المصنع أو النقابة أو المدرسة. وقد تكون الجماعة كثيرة العدد بحيث تشمل الأمة كلها. وقد تتسع إلى أن تشمل العالم كله وهكذا.

أما المشكلة أو الحادثة في تعريف (دوب) للرأي العام فقد تكون مشكلة بسيطة حدثت لأسرة واحدة أو مصنع واحد أو مدرسة واحدة. وقد تكون مشكلة كبيرة كالعدوان على بلد من البلاد أو قيام حرب عالمية ونحو ذلك.

وفي كل هذه التعريفات السابقة ما يوحي بأهمية الرأي العام وبحتمية وجوده وبقوة تأثيره.

ومع هذا وذاك فإن من الدارسين لهذا المصطلح الذي نحن بصدده الآن – وهو مصطلح الرأي العام – من يعمدون إلى تحليل المصطلح ذاته، ويقولون أنه يتألف من لفظتين هما لفظ (رأي) ولفظ (عام). والرأي من قولك: أرى كذا. وكلمة أرى في ذاتها تعبير عن أمر يقبل الشك. وعلى هذه فالرأي معناه عدم الجزم أو القطع بصحة أمر معين.

وأما كلمة "العام" فيقصد بها الجماعة التي تشترك في الرأي. والجماعة تتألف من أفراد يتباينون في الأخلاق وفي المعتقدات وفي الثقافة. ولا توصف الجماعة بأنها شيء موحد، أو بأنها شيء له صفة الثبوت. والجماعات تنتقل من حالة إلى أخرى بتأثير أفراد معدودين يسوقونها سوقاً إما إلى الخير وإما إلى الشر. وقل أن تكون لهذه الجماعة إرادة ظاهرة في انصياعها لهؤلاء الأفراد أو الزعماء أو القادة.

ومن هنا كثرت الآراء التي تشكك في الرأي العام من حيث هو. وهنا نضيف

إلى التعريفات التي سبق أن أشرنا إليها تعريفات أخرى لها طابع التشكيك في وجود الرأي العام. ومنها على سبيل المثال:

١- الرأي العام الموحد للجماعة أمر لا يمكن تصوره حتى في أوقات كفاح الشعوب من أجل مصيرها. ذلك أن الشجاعة في إبداء الرأي تختلف من فرد إلى فرد. والعقول التي يصدر عنها الرأي تختلف من حيث القوة والضعف. والأهداف التي تسعى إليها الجماعة تختلف من حزب إلى حزب.

٢- ومن هذه التعريفات: الرأي في ذاته هو محاولة لتحقيق أمر ما بوسائل ناقصة – أو بعبارة أخرى – بطرق ليست مستكملة. ومعنى ذلك أن صاحب الرأي لا يتأكد لديه رأيه إلا بموافقة الآخرين عليه. ولذلك ترى في نفس صاحب الرأي شيئاً من القلق والتناقض؛ فهو يخشى دائماً أن يكون مناظره في الرأي صاحب الحق.

٣- ومن هذه التعريفات كذلك: الرأي العام لا وجود له في الحقيقة – فإنه مما لا شك فيه دائماً أن هناك رأياً ظاهراً بين آراء الجميع – أو رأياً غالباً على ما حوله من آراء الجميع. ومعنى ذلك بطريقة أخرى أنه ليس هناك ما يسمى بالرأي العام. بل هناك رأي في الجماعة. وبين العبارتين فرق لا سبيل إلى إنكاره.

٤- ومن هذه التعريفات أخيراً:" إن الرأي العام ليس رأي الشعب بأكمله. بل يصح أن يكون رأي طبقة لها الأغلبية أو السلطة على طبقات الشعب الأخرى. والأرجح أن يكون رأي الطبقة المتسلطة في الأمة هو الرأي الغالب أو الرأي الذي له السيادة والنفوذ والتفوق على آراء الطبقات الأخرى[1]".

محاولة جديدة لتعريف الرأي العام:

يقول صاحب كتاب (الرأي العام والحرب النفسية)[2]: "الواقع أن هذه

(١) عبد اللطيف حمزة: الصحافة والمجتمع ٨ – ١٠.

(٢) مختار التهامي ص ٢١ – ٢٢.

الاختلافات في تعريف الرأي العام إنما تنبع من اختلافات في وجهة النظر الاجتماعية والسياسية إلى الجماهير، وفي مدى الإيمان الحقيقي بهذه الجماهير. كما تنبع أيضاً من الخلط بين رأي الأغلبية ورأي الطائفة. أو بمعنى آخر – بين الرأي العام والرأي النوعي.

ولذلك فقد حاولنا أن نضع تعريفاً جديداً للرأي العام ينبع عن إيماننا بأن الجماهير هي القوة المحركة الحقيقية في المجتمعات الحديثة متى أتيح لها القدر الكافي من التوعية.

"فالرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعوب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس هذه الأغلبية مساً مباشراً أو يشغل بالها، ويحتدم فيه الجدل والنقاش في فترة معينة".

"ولا يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية" ...

فقوله (يشغل بالها ويحتدم فيه الجدل والنقاش) معناه بيان دور وسائل الإعلام والتوعية في إلقاء الأضواء على المسائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب إلماماً صحيحاً، أو التي قد لا يدركها الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعي. ذلك أن من لا علم له لا رأي له. أما ضرورة احتدام الجدل فلأن الجدل من شأنه تقليب أوجه المسألة المثارة والوصول إلى الحقيقة.

وأما قوله (في فترة معينة) فلأن لكل مشكلة أو حدث أو وضع معين ظروفه المحدودة بزمن وقوعه سواء كانت ظروفاً سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. وقد تتغير هذه الظروف بمرور الوقت.

الفصل الثاني

الرأي العام والاتجاه العام والسخط العام

وقلنا أن الرأي العام هو رأي الجماعة الذي تتخذه نحو مشكلة أو حادثة معينة. أما الرأي الخاص فهو يمثل رأي الشخص الذي تعنيه المشكلة أو يفكر في هذه الحادثة من وجهة نظره فقط.

من أجل ذلك يمتاز الرأي العام بأنه أقل تعرضي الله عنهاً للتغير أو التحول من الرأي الخاص الذي هو شخصي بحت. ذلك أن الأول – وهو الرأي العام – متصل أقوى اتصال بالجماعة – كما أوضحنا – بخلاف الرأي الخاص فإنه متصل بالفرد. فلو سألت كل فرد من أفراد الجماعة عن رأيه في مسألة من المسائل، أو حادثة من الحوادث وجدت له رأياً مخالفاً لآراء الأفراد الآخرين. وهذه بديهية لا تحتاج إلى شرح أو تعليل. فلننتقل منها إلى الكلام عن:

الفرق بين الرأي العام والاتجاه العام والسخط العام:

الرأي العام – هو ما يصل إليه المجتمع الواعي بعد تقليب وجهات النظر المختلفة والآراء المتعارضي الله عنهة.

وأما السخط العام – فهو ما تصل إليه الجماهير بمجرد الإثارة أو الانفعال برجل واحد فقط، أو حادثة واحدة فقط، أو فكرة واحدة فقط، أو زاوية واحدة فقط لا تكاد تسمح لغيرها من زوايا النظر بالظهور بحال ما.

والاتجاه العام – هو ما يكون نتيجة لاتفاق الجماهير على شيء معين يرون فيه صيانة لهم ولتقاليدهم، أو دفاعاً عن معتقداتهم، أو محافظة على تراثهم الحضاري ونحو ذلك.

والرأي العام نتيجة البحث والدرس والمناقشة والتجربة والفحص. وهو من هذه الناحية يعتبر قوة خالقة. ومن ثم كان الوعي القومي في بلد من البلاد إنما يقاس بالرأي العام ولا يقاس مطلقاً بالسخط العام. وذلك أن الناس في حالة (الرأي العام) يتمتع كل واحد منهم بحرية المناقشة. ويستطيع أن يظهر شخصيته. وأمامه الفرص الكثيرة لإقناع غيره بالرأي الذي يراه. ولكن الناس في حالة السخط العام تنعدم فيهم هذه الحرية. ففي الزحام والتجمع تنمحي شخصية الفرد عادة. ويفكر الناس بالصور والخيالات، ويكون المجال واسعاً أمام القادة والزعماء والمندفعين (وهم المعروفون عند الأوروبيين باسم الديماجوج) لكي يثيروا الجماعات ويستغلوا سذاجتها. وهنا تنعدم ذاتية الأفراد انعداماً تاماً كما قلنا.

إن الشعب في حالة السخط العام يكون أشبه شيء بالنظارة في المسرح؛ يتأثرون بالرواية المسرحية وقت مشاهدتهم لها. وقلما يستطيعون الجمع وقتئذ بين المشاهدة والنقد[١].

طرق التعبير عن السخط العام أو الرأي العام:

في حالة السخط العام نجد أن الجمهور يعبر عن نفسه بطرق أهمها أربع وهي:

أ- طريقة التبرير – **Rationalisatim**

ب- طريقة الإبدال – **Displacement**

ج- طريقة التعويض – **Compensation**

د- طريقة الانسلال أو الإسقاط **Projection**

١- (فأما التبرير) فهو في الجماعات مثلما هو في الأفراد سواء بسواء. أنه عبارة عن تعليل الفعل الذي يصدر عنك بأسباب تبدو معقولة في نظر سواك. مع أن الحقيقة هي أن هذا الفعل الذي صدر عنك إنما صدر لأسباب عاطفية بحتة تحاول إخفاءها عن غيرك بكل الطرق الممكنة.

---

(١) عبد اللطيف حمزة: المدخل في فن التحرير الصحفي، ص ٢٠.

وهذا الذي يحدث بالقياس إلى الفرد هو بعينه ما يحدث بالقياس إلى الجماعة. فمتى شعرت الجماعة بشيء من الخوف أو القلق أو الذنب أو الفشل فإنها تلوذ بطريقة التبرير للتخلص من هذا الشعور، أو للتخفيف منه على أقل تقدير.

أجريت دراسات عديدة في أمريكا لمعرفة السبب الذي من أجله يتعصب الأمريكيون ضد الزنوج، ويسخطون عليهم كل هذا السخط. فوجد أن البيض يبررون ذلك بحجج غير منطقية؛ منها أن الزنجي يميل إلى الكسل، وأن به نقصاً من الناحية البيولوجية، وأن تعاريج المخ في الرجل الأسود أقل منها في الرجل الأبيض، ومنها أن الزنوج أشبه بالحيوانات من حيث الخلقة.

ونظر المثقفون الأمريكيون في جميع هذه الأسباب فوجدوها واهية في أساسها. ولكن الشعب الأمريكي ما زال في سخطه العام ضد الزنوج، وما زال يبرر سخطه بمثل هذه الأسباب.

٢- (وأما الإبدال) فهو اجتهادك في أن تحصل على رغبة من الرغبات بدلاً من رغبة أخرى فشلت في الحصول عليها قبل ذلك. ويتضح الإبدال في سلوك الفرد إذا غضب من والده أو والدته في البيت ولم يستطع الرد عليهما. فإن غضبه في هذه الحالة يتحول إلى أخيه الأصغر. وقد يعبر عن ذلك الغضب أيضاً بكسر بعض الآنية التي تكون قريبة منه.

ومثل هذا الإبدال يحدث في الجماعات. ففي حالة الإضراب العام ترى المتظاهرين يعمدون إلى تحطيم أسلاك البرق وأعمدة النور وطرق السكك الحديدية. كما حدث ذلك في الثورة الشعبية الكبرى في مصر سنة ١٩١٩ وقد يشتد سخط الجماهير فوق هذا الحد فيعمدون إلى إحراق الحوانيت العامة والفنادق الكبيرة، بل إحراق المدينة كلها. كما حدث ذلك في حريق القاهرة المعروف قبيل الثورة الأخيرة. ونعني بها ثورة الثالث والعشرين من شهر يوليه عام ١٩٥٢.

٣- (وأما التعويض) فمعناه تعويض الفرد نفسه عن نقص يشعر به. والتاريخ

حافل بالأمثلة الكثيرة والشواهد العديدة على صدق هذا القول. وبسبب ذلك نجد أكثر الزعماء والقادة وكبار الشعراء والأدباء والفنانين يولدون بنقص جسمي يشعرون به شعوراً قوياً في حياتهم، ويحاولون تعويض هذا النقص بأعمال معينة توصلهم إلى المجد والشهرة.

وفي رأي علماء النفس أن الفنون والآداب ووسائل التسلية وإقامة الحفلات والمهرجانات كلها أمور تلجأ إليها الشعوب هرباً من التوتر الناشئ عن قسوة الحياة ذاتها. ومن ثم كانت حفلات الترفيه التي تقيمها الجيوش في حالة الهزيمة أمراً بالغ الأهمية. ومن هذا القبيل كذلك ما قيل أن من أسباب ظهور القصص الشعبية كقصص ألف ليلة وليلة شعور العامة بسخط على الخليفة لانحراف في سلوكه الشخصي أو في سلوك أهل بيته. وإذ ذاك شجع الخليفة على ظهور هذه القصص ليلهو بها الشعب الساخط ويشغله ذلك عن الجرائم التي أثارت في نفسه كل هذه الريب.

وبالرغم من أننا لا نميل إلى تصديق هذا السبب: فإننا نميل إلى أن نأخذ منه مثلاً من أمثلة التعويض.

فمن هذا القبيل كذلك ما تفعله بعض الحكومات حين تزيد أن تشغل بال الرأي العام بقصة مخترعة أو حادثة مختلقة تصرف الرأي العام بها عن النظر في خطأ وقع من الحكومة وخافت أن تتحدث عنه الصحف.

ومن هذا القبيل كذلك جميع الأخبار الهشة أو التافهة مما يساعد الاستعمار في كل بلد من البلاد التي تقع تحت حكمه لكي يصرف بها نظر الصحف عن الخوض في السياسة الاستعمارية ذاتها: أن قصة مخترعة كقصة الصعيدي الذي أراد شراء الترام في مدينة القاهرة. أو قصة الفلاح الذي أراد أن يشتري ميدان العتبة الخضراء بأكمله – لما يشغل الناس بالتفكه والتسلية، ويصرفهم عن الالتفات إلى القضايا الجادة والمسائل الهامة والسياسة العليا للحكومة ونحو ذلك.

٤- (وأما الانسلال أو الإسقاط) فمعناه تبرئة النفس من أعمال صدرت عنها ونسبتها إلى الغير، أو هو تفسير للمثل العربي القائل "رمتني بدائها وانسلت".

ومن الأمثلة على الإسقاط أو (الانسلال) ادعاء إسرائيل أن العرب لا يحبون السلام وأنهم أهل عدوان، على حين أن العكس هو الصحيح.

وقد نبهنا الأستاذ (البج) في كتابه (الرأي العام الحديث) إلى أن جميع هذه الطرق التي يعبر بها الرأي العام أو السخط العام عن نفسه في بعض الأحيان هي بعينها الطرق التي تعتمد عليها الدعاية. ومعنى ذلك بعبارة أخرى أن كلاً من الدعاية والرأي العام يتفقان في سيكولوجية التفكير أو التأثير على الجماهير. ومن ثم اعتمدت الدعاية على كثير من الدوافع النفسية والعقلية التي يعتمد عليها الرأي العام.

فالتبرير يعتبر مظهراً من مظاهر الدعاية وأساساً لها. ومن هنا يعتمد الدكتاتور في كل زمان ومكان على طائفة من المبررات التي يبرر بها سلوكه ويفسر بها أكثر تصرفاته. ومن أوضح الأمثلة على ذلك ما فعله (هتلر) حين كان يسوق قومه إلى الحرب بحجة أنهم العنصر الممتاز على سائر البشر. ومن حقهم أن يكونوا سادته. ومثل ذلك يقال عن اضطهاد الملونين في كل من أمريكا وأفريقيا. ومثله كذلك يقال في تلك الحماقة البشرية التي يسمونها (القنابل الذرية أو الهيدروجينية) الخ ..

والإبدال يعتمد عليه كيان الساسة ورجال الإعلان والدعاية على أوسع نطاق ممكن. ومن الشواهد على الإبدال ما فعله (هتلر) كذلك من تحويل سخط الشعب الألماني على سوء الأحوال الاقتصادية في ألمانيا إلى سخط على اليهود وعلى الشيوعية. ومثل ذلك يقال أيضاً في تحويل سخط الشعب على الحاكم المتفرد بالسلطة إلى سخط على أعوان هذا الحاكم وعلى جميع مشروعاته الإصلاحية.

والإسقاط يعتمد عليه رجال الدعاية كذلك في ترويج الشائعات التي لا تصيب لها من الصحة ولا أساس لها من الواقع. ولذلك ترى كثيراً من الشعوب ترمي الشعوب المعادية لها بأخطائها وذنوبها، وتوسع هوة الخلافة بينها وبين تلك الشعوب

البريئة من هذه الذنوب أو العيوب.

والقصد من ذلك خلق الجو المناسب لإعلان الحرب عليها، ودفع الشباب إلى أتون هذه الحرب.

والتعويض يلعب دوره كذلك في دنيا الدعاية. ومن أجل ذلك نرى الدولة المذعورة من جاراتها – مثل إسرائيل – تحاول الاعتداء من آن لآخر على الدول المجاورة لها، لإخفاء ضعفها من جهة، وإيهاماً بأنها قوية بمفردها وليس من السهل التغلب عليها من جهة ثانية.

والدعاية بهذه الطرق الأربع المتقدمة تستغل ما يسميه علماء النفس "بمنطقة اللاشعور" في الأفراد والجماعات أما منطقة الشعور – ونعني بها الغرائز والعواطف – فإنها خارجة عن نطاق هذا البحث.

(والخلاصة) أن الرأي العام – وخاصة حين يتحول إلى سخط عام – يعبر عن نفسه بطرق كثيرة. منها ما يتصل بمنطقة الشعور ومنها ما يتصل بمنطقة اللاشعور، وإن كان ما يتصل منها بمنطقة اللاشعور أخطر وأعمق.

الشعارات:

وكثيراً ما يعبر الرأي العام عن نفسه كذلك بطريق الشعارات أو فيها – أي في هذه الشعارات – يبلور الزعماء والقادة أفكارهم التقدمية وآراءهم وخططهم الوطنية. ولذلك نرى لكل نهضة من النهضات السياسة مجموعة من الشعارات مخالفة لشعارات النهضات التي سبقتها أو النهضات التي تأتي بعدها ... كما نرى لهذه الشعارات من القوة ومن التأثير في الجماهير ما يشبه الأحاديث النبوية في نفوس المسلمين. وإن كان القياس هنا مع الفارق البعيد كذلك.

كان من شعارات الثورة الشعبية الكبرى في مصر لسنة **١٩١٩** قول سعد زغلول: الحق فوق القوة والأمة فوق الحكومة، والاستقلال التام أو الموت الزؤام الخ.

ومن شعارات الثورة المصرية لسنة **١٩٥٢** قول الرئيس جمال: ارفع رأسك يا أخي فقد مضى عهد الاستبداد، وقوله: مجتمع الكفاية والعدل. وقوله: أتينا لمحاربة الإقطاع واستغلال رأس المال الخ.

إن كل شعار من هذه الشعارات يبلور فيه الزعيم الجديد جميع المبادئ والأفكار والأماني القومية التي أتى لتحقيقها. وهذه الشعارات على اختلافها يسهل حفظها وترديدها. ويصبح لها وقع كبير في نفوس الجماهير يغني عن المجهودات الكبيرة التي تقوم بها معظم وسائل الإعلام.

الفصل الثالث

أنواع الرأي العام

تقع أزمة من الأزمات أو حادثة من الحوادث فإذا بالقادة في الأمة يبسطون آراءهم في هذه الأزمة أو الحادثة. ونرى كل واحد منهم يحاول أن يضع علاجاً لذلك بخلاف العلاج الذي يقترحه الآخرون.

وباحتكاك الآراء المختلفة ووجهات النظر المختلفة تستطيع الأمة أن تتبين وجه الصواب في الأزمة أو المشكلة التي تواجهها. ثم تتبلور هذه الآراء في خطة واحدة تكاد تجمع عليها الأغلبية. وبذلك يتألف ما يسمى بالرأي العام.

ولكن هل تصلح الجماعة كلها بجميع أفرادها للمشاركة في تكوين الرأي العام؟ وهل يصلح جميع أفرادها لمناقشة هذا الرأي؟ هنا ينبغي للباحث أن يفرق تفرقة واضحة بين طبقتين على الأقل من طبقات المجتمع: طبقة المستنيرين أو المثقفين الذين يستطيعون أن يدرسوا ويناقشوا ويدافعوا عن وجهة نظرهم. وطبقة السوق أو الدهماء الذين لا حيلة لهم غير الانقياد لرأي الطبقة السابقة.

ومن هنا ينقسم الرأي العام إلى ثلاثة أنواع عند بعض العلماء على النحو الآتي:

أولاً – الرأي العام المسيطر.

ثانياً – الرأي العام المستنير.

ثالثاً – الرأي العام المنقاد.

فالأول – هو رأي القادة والزعماء والحكومات ونحو ذلك.

والثاني – هو رأي الطبقة المثقفة في الأمة. وهي الطبقة القادرة على الدرس والقراءة والمناقشة والإقناع.

والثالث – رأي السواد الأعظم من الشعب ممن يستجيبون لأول ناعق، ويتبعون أول صيحة، ويسلكون في كثير من الأحيان سبيل الهياج والثورة، ولا يملكون لأنفسهم القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من أجلها، والمشكلات التي أبدوا سخطهم عليها، ما دام الزعماء قد صوروا لهم أن هذه المشكلات إنما تمس مصلحتهم العامة.

تقسيم آخر لأنواع الرأي العام

على أن من الباحثين من رأي في الرأي العام هذه الأنواع:–

أولاً – الرأي العام الكلي.

ثانياً – الرأي العام المؤقت.

ثالثاً – الرأي العام اليومي.

فالأول – وهو الكلي – يتصل اتصالاً قوياً بالأشياء الثابتة في الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد. وفي هذا النوع يشترك السواد الأعظم من الأمة.

والثاني – وهو المؤقت يتمثل في آراء الأحزاب السياسية والهيئات العامة؛ وذلك عندما تسعى لتحقيق هدف معين في وقت معين.

والثالث – وهو اليومي – وهو النوع المتقلب، وعليه تعيش الصحف اليومية والإذاعة والتلفزيون وغير ذلك من وسائل الإعلامية.

تقسيم ثالث لأنواع الرأي العام

ومن الباحثين كذلك من يجد في الرأي العام أنه ينقسم إلى هذه الأنواع:

أولاً – رأي الأغلبية أو الأقلية.

ثانياً – رأي الأقليات مجتمعة.

ثالثاً – الرأي الساحق.

رابعاً – الرأي الجامع.

فالأول – رأي الجماعة حين تنقسم إلى أغلبية وأقلية. وقد تتحول الأولى إلى الثانية. وقد يحدث العكس. وبسبب ذلك كان لرأي الأقلية وزن كبير في الأمة، ذلك لأن أصحاب الأقلية لا يسكتون عن بذل الجهود الكبيرة للوصول إلى الأغلبية.

والثاني – رأي الأقلية مجتمعة – يكون حين تتفق على رأي معين لغاية معينة. وبسببه تسقط وزارة وتعقبها أخرى. ويستمر الحال على ذلك حتى تتمكن إحدى الأقليات من الحصول على الأغلبية.

والثالث – الرأي الساحق – كثيراً ما يكون نتيجة لاندفاع الشعب حيناً، أو لتكاسله في بحث المشكلات العامة حيناً آخر. غير أن الشعب إذا وصل إلى الرأي الساحق عن طريق الدرس أو البحث بلغ الذروة في هذه الحالة. ولكن قلما يصل إليها.

والرابع – الرأي الجامع – وهو الرأي الذي تجمع عليه الأمة. ولا يكون ذلك إلا في أمر يرتكز على ما في الأمة. وهذا الرأي هو الذي أطلقنا عليه فيما سبق اسم "الاتجاه العام" للأمة. وهو رأي لا يناقش في العادة. وإذا تعرضي الله عنه أحد لمناقشته عرضي الله عنه نفسه للخطر الحقيقي. ولذلك لا يتعرضي الله عنه له إلا كبار المصلحين الذين يضحون بأنفسهم من أجل دعوة إصلاحية تتعاﷺ مع تقاليد الأمة. ومن هؤلاء على سبيل المثال قاسم أمين. فقد تعرضي الله عنه لموضوع سفور المرأة المصرية. ولقى في سبيل ذلك من العنت والإرهاق مالا مفر منه لمثله في مثل الوقت الذي دعا فيه بهذه الدعوة.

تقسيم رابع لأنواع الرأي العام:

من الباحثين من يرى في أنواع الرأي العام أنها رابعة وهي:

١– الرأي العام المحلي.

٢– الرأي العام الإقليمي.

٣- الرأي العام العالمي.

٤- الرأي العام النوعي.

وهو تقسيم للرأي العام على أساس جغرافي. وذلك باستثناء الرأي العام النوعي.

ولكن هناك ما يسمى بالرأي العام العالمي كما تقدم:

أن الناظر في تاريخ العالم الحديث يرى أن هناك أحداثاً عالمية يكون لها آثارها القوية في أكثر أجزاء العالم الذي نعيش فيه:

فالقنبلة الذرية ... ...

ومؤتمرات نزع السلاح ... ...

ومؤتمرات التعايش السلمي كمؤتمر باندونج ..

والنزاع العالمي كما صورته الحربان العالميتان الأولى والثانية ...

والكشوف العلمية الباهرة ... ...

والآثار الفنية البارزة ... ...

والأعمال الأدبية الخالدة ... ...

والأزمات الاقتصادية الخانقة ... ...

والمذاهب السياسية المتجددة ... ...

كل واحد من هذه الأمور هز العالم في كل جزء من أجزائه هزاً عنيفاً واضحاً وكان لذلك أثره أيضاً فيما يسمى بالرأي العام العالمي الذي هو رأي الشعوب قبل أن يكون رأي الحكومات.

ويعبر هذا الرأي العام العالمي عن نفسه بطريق الصحف التي تكتب بلغات متعددة. وبطريق الإذاعات الموجهة إلى عديد من الشعوب تتكلم لغات متغايرة. وبهذه الوسائل وأمثالها يتكون للشعوب – بصرف النظر عن الحكومات – رأي عام

في القضايا العالمية التي من أهمها قضية الحرب والسلام.

ماذا يقصد بالرأي العام النوعي؟

المقصود به الرأي العام الذي يسود بين طائفة أو فئة معينة من الناس في شعب من الشعوب بالذات، أو في مجموعة من الشعوب في وقت معين، وذلك بالنسبة لقضية أو أكثر تهم هذه الطائفة أو الفئة. وتجمع هذه الفئات عادة عدة عوامل عنصرية أو دينية أو طبقية أو اقتصادية أو سياسية أو مذهبية أو ثقافية أو فنية. ومعنى ذلك أن الرأي العام النوعي إما أن يكون على نطاق محلي أو نطاق إقليمي أو نطاق عالمي[1].

الرأي العام العربي:

وهو مثل من أمثلة الرأي العام الإقليمي. وكذلك ينظر إلى الرأي العام الأفريقي والرأي العام الأوربي على أنهما مثالان من أمثلة الرأي العام الإقليمي الذي هو الرأي السائد بين مجموعة من الشعوب تربط بينها المصلحة المشتركة والتاريخ المشترك والتقاليد والمعتقدات المشتركة واللغة المشتركة والثقافة المشتركة ونحو ذلك.

ومما لا شك فيه أن جميع هذه الاعتبارات السابقة تربط بين البلاد العربية وتجعل منها وحدة لا يمكن إنكارها ولا يمكن إضعافها مهما حاول الاستعمار أن يعمل على إضعافها.

ونظن أن الاستعمار إن نسي لا ينسى حادث العدوان الثلاثي على مصر سنة ١٩٥٦. وكيف وقفت البلاد العربية كلها صفاً ضد الدول التي اشتركت في هذا العدوان وهي إنجلترا وفرنسا ومعها إسرائيل.

ونظن أن الاستعمار إن نسي لا ينسى قبل ذلك ثورة الثالث والعشرين من شهر يوليو (تموز) سنة ١٩٥٢ وكيف كان لهذه الثورة أصداء قوية في أجزاء العالم العربي.

---

(١) مختار التهامي – الرأي العام والحرب النفسية ص ٧١ – ٧٢.

ونخص بالذكر منها العراق واليمن. وفيهما انهزمت الملكية والرجعية أمام قوى الجمهورية والتقدم.

ونظن أن الاستعمار إن نسي لا ينسى كذلك الموقف الموحد للبلاد العربية كلها بإزاء إسرائيل وقضية فلسطين. ولا شك أن إسرائيل تعمل ألف حساب لهذه الوحدة العربية التي ستختار الوقت الذي تسترجع فيه فلسطين العربية بصفة نهائية، وتأخذ في إعداد نفسها إعداداً تاماً لهذه الغاية.

(وبعد) فإن تقسيم الرأي العام إلى أنواع يمكن أن تكون له صور كثيرة قد لا نستطيع أن نحصرها أو الوقوف بها عند عدد معين من هذه الصور. وما على الباحث إلا أن ينظر إلى هذه الصور من زاوية جديدة عدا الزوايا التي أشرنا إليها حتى يستطيع أن يستحدث تقسيماً جديداً للرأي العام يضيفه إلى هذه التقسيمات الأربعة المذكورة. وفي ذلك ما يؤكد وجود الرأي العام. وليس فيه ما ينكر وجوده.

الفصل الرابع

عوامل تكوين الرأي العام

لا نكاد نعرف ظاهرة اجتماعية تتأثر بما حولها من الأشياء كما تتأثر ظاهرة الرأي العام. ذلك أنه المرآة التي تنعكس عليها صورة المجتمع بكل ما فيه من عقائد وخرافات وتقاليد وعادات وأفكار وآراء وأخبار تأتي من هنا وهناك.

معنى ذلك أن هناك أموراً كثيرة تدخل في تكوين الرأي العام، ولا سبيل إلى حصرها في الحقيقة. ولكننا نستطيع أن نضع أيدينا على بعض هذه الأمور أو على أهمها وأخطرها في الحقيقة ومنها ما يلي:

أولاً - الإعلام والدعاية بالوسائل المعروفة قديماً وحديثاً.

وسندرس هذه الوسائل في فصل آخر. وسنحاول أن نوازن بين هذه الوسائل، وأن نعرف أصلحها لكل بيئة من البيئات، ولكل مرحلة من المراحل التي تمر بها المجتمعات الإنسانية. وحسبنا أن نعرف منذ الآن أن المقصود بالإعلام أنه عبارة عن تزويد الجماهير بالمعلومات الدقيقة، والأخبار الصحيحة، والحقائق الواضحة، والنتائج المبنية على الأرقام والإحصاءات. ولا يكون الإعلام صحيحاً في الغالب ما لم يكن مبنياً على هذه الأسس.

أما الدعاية فحسبنا هنا أن نقول أنها محاولة التأثير في الجماهير عن طريق عواطفهم ومشاعرهم وفي سبيل هذه الغاية يتغاضى الداعية عن بعض الحقائق الهامة، والأسس التي تحدثنا عنها، أو يحدث فيها تحويراً ما تبدو به هذه الأسس بشكل آخر.

ومن هنا كان لابد للإعلام بصورة المختلفة، والدعاية بأشكالها المختلفة كذلك من أن تؤثر تأثيراً بعيد المدى في تكوين الرأي العام. فرجل الإعلام في سبيل الوصول

إلى هدفه يشقى كثيراً في جمع المعلومات الصحيحة وإجراء الإحصاءات الدقيقة، مؤيداً كلامه بالحقائق التي لا يأتيها الباطل من بين يديها أو خلفها.

والداعية في سبيل الوصول إلى هدفه كذلك يبذل الوعود الكاذبة أو الصادقة، وينشر الأخبار التي تعوزها الدقة الكاملة، ويخاطب في الناس قلوبهم قبل عقولهم، ويجعلهم يعيشون في أحلام لذيذة وألفاظ معسولة تترك أثرها كبيراً في قلوبهم وفيما يكونونه لأنفسهم من رأي في مسألة من المسائل، أو في معروض من المعروضات.

وقد لا تتمثل الدعاية بجلاء كما تمثلت في حرب فلسطين سنة ١٩٤٨. وهي الحرب التي منى فيها العرب بالفشل. كما تمثلت أيضاً بجلاء في العدوان الثلاثي على مصر سنة ١٩٥٦. وهو العدوان الذي انتهى بهزيمة إنجلترا وفرنسا ومعهما إسرائيل.

ثانياً - الهمس والشائعات:

والهمس والشائعات من أدوات الدعاية لا الإعلام في أغلب الأوقات، إلا إذا تهامس الناس في الأمور الصحيحة التي لا يستطيعون أن يصرحوا بها في الصحف أو الإذاعة وغير ذلك.

وهاتان الأداتان الخطيرتين – وهما الهمس والشائعات – تعملان في الواقع على بلبلة الأفكار، والتأثير في الخاصة والعامة من الناس، وخاصة في الأزمات السياسية وأوقات الحرب. وفي الناس ميل إلى تصديق الشائعات دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة، وقد لا يكتفي أحدهم بتصديق الشائعات حتى يضيف إليها من عنده، ويأتي بعده من يضيف إليها شيئاً آخر وهكذا. وهنا يكمن الخطر كل الخطر من الشائعات مهما كانت بسيطة في أول أمرها.

ولكن من أين تتولد الشائعات في الغالب؟ أنها تتولد في الحقيقة من إحدى هذه الحالات:

أولاها – وجود خبر لا أساس له من الصحة.

والثانية – تلفيق خبر لا تصيب له كذلك من الصدق.

والثالثة – المبالغة المقصودة والتزيد الواضح في نقل الخبر على نحو ما شرحنا.

وهناك دوافع أخرى كثيرة تحمل الناس على ترويج الشائعات ومنها:

١– دافع حب الظهور.

٢– ودافع التسلط.

٣– ومنها الرغبة في التأييد العاطفي للمذعور من الناس بقصد أن يشاركه الناس فيما يشعر به من قلق أو خوف أو كراهية ونحو ذلك.

مهما يكن من شيء فإن في ترويج الشائعات ما ينفس عن أصحابها ويريحهم كما تفعل الأحلام بالنائم، فإنه يعبر بها أحياناً عن بعض الرغبات المكبوتة في أعماق نفسه، وهي الرغبات التي عجز عن تحقيقها في اليقظة.

وأكثر ما تنتشر الشائعات –كما قلنا – في أوقات الأزمات وفي وقت الحرب، وعندما يعود الجنود الجرحى من الميدان. هنا تحرص القيادات الحربية الرشيدة على ألا يعلم الناس بأخبار الجنود الجرحى عند عودتهم من الميادين، ولذلك ينظم الجيش حركة إرجاعهم إلا بلادهم بطريقة سرية. وأكثر ما يكون ذلك في ظلام الليل.

من أجل هذا قلنا أن الشائعات تعتبر من أسهل طرق الدعايات المغرضي الله عنهة أو الدعاية السوداء ومن أشدها أثراً في تحقيق الغرضي الله عنه الذي قامت من أجله. ولا سبيل إلى محاربة الدعاية التي من هذا النوع إلا بالإعلام الصحيح والوعي الصحيح والدراسة العميقة للرأي العام في وقت ظهور الشائعة. ولا بأس من إشراك المساجد والكنائس والمدارس والجامعات وأماكن التجمعات العامة في محاربة الشائعات الكاذبة، وذلك فضلاً عن الصحف والإذاعة والتلفزيون وغيرها من وسائل الإعلام المألوفة.

ثالثاً - الزعماء السياسيون والمصلحون الاجتماعيون ومن إليهم.

وهؤلاء الزعماء والمصلحون في العادة قسمان:

قسم يساير اتجاهات الأمة. وقسم يحاول أن يفرضي الله عنه عليها تجديداً لم تعرفه من قبل. وكل من هذين النوعين من القادة يؤثر في الرأي العام تأثيراً لا سبيل إلى إنكاره. وإن كان النوع الأول من القادة – وهو النوع المساير لاتجاهات الأمة – أسرع نجاحاً وأقوى تأثيراً من النوع الآخر. ذلك أن قوة الفرد دائماً تأتي من قوة الجماعة، وإرادة الفرد إنما تقوى بإرادة الجماعة. وهذا هو السبب الذي من أجله ينجح الزعماء السياسيون بأسرع مما ينجح المصلحون الاجتماعيون، أو قادة الفكر غير السياسي في الأمة. وآية ذلك أن كلاً من سقراط وأفلاطون وأرسطو، وجليليو، ونيوتن، وقاسم أمين، ومُحَمَّد عبده قد اضطهدوا في العصور التي عاشوا فيها وصبروا على ما أوذوا. ولم تقدرهم العصور التي عاشوا فيها مثلما قدرتهم العصور اللاحقة التي رفعتهم إلى المنزلة التي كانوا يرجونها في حياتهم. وعلى العكس من ذلك ينجح الزعماء السياسيون الذين عبروا تعبيراً واضحاً عن آراء مجتمعاتهم، وجاءت أقوالهم صدى لآرائها وأفكارها وآمالها ورغباتها.

وفرق آخر بين القيادة السياسية والقيادة الاجتماعية هو أن القيادة السياسية أدنى إلى أن تكون ظاهرة جماعية، وليست ظاهرة فردية. ذلك أنه متى وصل زعيم من الزعماء إلى الدرجة التي يصبح بها معبود الجماهير – كما يقول الصحفيون – يصبح أداة قوية في التعبير عن آراء الأمة. وإذ ذاك يستطيع الزعيم السياسي كذلك أن يخلق عدداً من الشعارات السياسية التي تتناقلها الألسن وتسهل عليها، وتكون خلاصة جيدة لخطة هذا الزعيم في قيادة الأمة.

رابعاً - المشكلات اليومية سياسية كانت أم اقتصادية أم اجتماعية.

في حديثنا عن تقسيم الرأي العام إلى كلي ومؤقت عرفنا أن هناك رأياً ثابتاً للأمة لا يتغير بتغير الأحداث. وهذا الرأي تتدخل في تكوينه عوامل كثيرة من أهمها عامل

التراث الحضاري للأمة. وهو ما سنتحدث عنه في نهاية هذا الفصل. كما عرفنا أن هناك رأياً عاماً لا يثبت على حالة واحدة. ولكنه يتغير ويتبدل. وهذا الرأي الأخير هو الذي يتدخل في تكوينه العامل الذي نتحدث عنه الآن – وهو عامل المشكلات اليومية سواء كانت سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية.

والذي لا شك فيه أن الحوادث والمشكلات تهز المجتمعات هزاً عنيفاً وتترك فيها آثار قوية. ولكنها مع ذلك آثار تتعرضي الله عنه للزوال بزوال الحادثة أو المشكلة. فإضراب العمال في مصنع من المصانع احتجاجاً على قلة الأجور ينتج عنه رأي مؤقت سرعان ما يزول بزوال هذا الإضراب.

غير أن هناك من الحوادث ما يؤثر في الرأي العام تأثيراً طويل الأجل رهيب النتائج. فالقضاء على الملكية في العراق نتيجة لثورة ١٤ تموز سنة ١٩٥٨ والقضاء على أسرة حميد الدين وحكم الأئمة نتيجة لثورة اليمن، والإطاحة بعرش فاروق نتيجة لثورة الثالث والعشرين من يوليه سنة ١٩٥٢، كل هذه الحوادث التي جاءت نتيجة للانتفاضات العربية القومية، دامت آثارها مدة طويلة واشتغل لها الرأي العام اشتغالاً تاماً، ثم أصبحت هذه الحوادث في ذمة التاريخ ولم يعد الرأي العام العربي يعني بها كما فعل بالأمس.

ولا شك أن حادث العدوان الثلاثي على مصر سنة ١٩٥٦ كان من أروع الأمثلة على هذا الرأي المؤقت. وإن كان قد شغل هذا الرأي وأثر فيه تأثيراً عميقاً وموصولاً من حيث الزمن ومن حيث السعة.

خامساً - التراث الحضاري:

والمقصود بالتراث الحضاري كل ما يحيط الأمة من تجارب سابقة وخبرات قديمة وتاريخ سياسي وتاريخ ثقافي وتاريخ اجتماعي وتاريخ أدبي وفني مر بالأمة. والمعتقدات الدينية تشكل جانباً من هذا التراث. وربما كانت أهم الجوانب في الحقيقة.

إن التراث الحضاري إذن هو كل موروث من علم وأدب ودين وعرف وتقاليد

وحضارة مادية وحضارة معنوية، وبسبب هذا التراث الحضاري للأمة يكون استمساكها برأي من الآراء، أو فكرة أو عادة أو عقيدة ونحو ذلك.

وكثيراً ما نجد في الكتب التي تتحدث عن الرأي العام أن مؤلفيها يضربون المثل على هذا العامل الأخير – وهو التراث الحضاري – بكراهية الأمريكيين للزنوج، وأخذهم بمبدأ التفرقة العنصرية في القرن العشرين – عصر الديمقراطية والمساواة والحرية. وهم يقولون أن هذه الكراهية يتغذى بها الطفل الأمريكي في البيت والمدرسة والجامعة. وعلى ذلك فإن هذه الكراهية نتيجة للظروف المحيطة بالمجتمع الأمريكي. وإن كان هذا المجتمع في ذاته من أحدث المجتمعات المعروفة. وأكثر من هذا وذاك أن المواطن الأمريكي من البيض يرى ويسمع كل يوم كثيراً من المبررات لهذا الشعور الذي يشعر به ضد الزنوج –كما سبقت الإشارة إلى ذلك.

ولما كان هذا العامل الأخير – وهو التراث الحضاري – من أخطر العوامل في تكوين الرأي العام الثابت للأمة، ولما كان الدين عنصراً هاماً من عناصر هذا التراث الحضاري لأمة كالأمة العربية، فإننا نرى من العسير أن تحاول الشيوعية غزو الشعوب العربية غزواً مذهبياً على نحو ما فعلت في بعض البلاد الأوروبية والآسيوية. ذلك أن الدين الإسلامي يقف عقبة كأداء ضد الشيوعية، وفي استطاعته أن يمنعها من الانتشار داخل البلاد العربية. ويظل الحال على ذلك ما بقيت هذه البلاد محتفظة بالديانة الإسلامية أو الديانة المسيحية. ومن أجل ذلك كان أول عمل قامت به الشيوعية في منابعها الأصلية – ونعني بها بلاد السوفيت – عدم النظر إلى الدين على أنه مقوم هام من مقومات الحياة الإنسانية. ومن ثم أغفل الدستور السوفيتي ذكر الدين، فتيسر للشيوعية هناك أن يكون لها هذا الانتشار والذيوع.

سادساً - التربية والتعليم:

مما لاشك فيه أن للمدرسة والجامعة أكبر الأثر في تكوين المواطن الصالح في الأمة. كانت هذه حقيقة لا سبيل إلى إنكارها في العهود الماضية وهي حقيقة لا نزاع

حولها في العصر الذي نعيش فيه.

غير أن عمل المدرسة في الواقع هو نقل التراث الثقافي للأمة من جيل إلى آخر. أما عمل الجامعة في حقيقته فهو تكوين شخصية الطالب من الناحية العقلية البحتة. وإذا كان للتربية والتعليم كل هذا الخطر في تكوين العقول وتوجيه الرأي العام أصبح على الدولة أن تعنى بأمر التربية والتعليم لتشكيل العقول من جانب، ولإيجاد الوحدة الفكرية بين أبناء الأمة الواحدة من جانب آخر، وربط التعليم بالمجتمع والتعاون معه آخر الأمر.

جاء في الميثاق: "إن حرية العلم التي كان في مقدورها أن تفتح طاقات جديدة للأمل تعرضي الله عنهت هي الأخرى لنفس العبث تحت حكم الديمقراطية الرجعية".

"إن أجيالاً متعاقبة من شباب مصر قرأت تاريخها الوطني على غير حقيقته ... أن الأجيال المتعاقبة من شباب مصر انتظمت في سلك المدارس والجامعات. وكان الهدف من وراء التعليم كله لا يزيد عن إخراج موظفين يعملون للأنظمة القائمة، وفي ظل قوانينها ولوائحها التي لا تأبه بمصالح الشعب".

"إن تحالف الإقطاع والرجعية الحاكمة لم يكتف بذلك. وإنما باشر ضغطه على جماعات كثيرة من المثقفين كان في استطاعتها أن تكون ضمن الطلائع الثورية، فكسر مقاومتها وفرضي الله عنه عليها أن تستسلم لإغراء ما يلقيه إليها من فتات الامتيازات الطبقية، أو أن تذهب إلى الانزواء والنسيان".

سابعاً - الأوضاع القائمة للدولة

سواء كانت هذه الأوضاع سياسة أم اقتصادية أم اجتماعية ونحو ذلك. ومما لا شك فيه أن هذه الأوضاع على اختلافها ترك آثارها في تكوين الرأي العام. فالفرق كبير بين النظام الدكتاتوري والاستبدادي والنظام الديمقراطي والاشتراكي، في الحالة الأولى يميل الحاكم إلى التعسف وعدم السماح للمحكومين بإبداء رأيهم في المشكلات العامة. وفي الحالة الثانية يوجب الحاكم على نفسه أن يشرك معه المواطنين في كل

المشكلات القائمة ويجيز لهم إبداء الرأي.

ومثل ذلك يقال في الفرق بين الأمة التي تأخذ بنظام الأحزاب السياسية المتنازعة، والأمة التي تريح نفسها من هذا النظام في مرحلة من مراحل حياتها – هي المرحلة الانتقالية – كما سيأتي شرح ذلك بعد. فالرأي العام في حالة وجود الأحزاب يبدو ضعيفاً إلى حد ما. والرأي العام في الحالة الثانية يبدو للناس قوياً وكأنه قد حظي بصفة الإجماع.

هذا من حيث الوضع السياسي للأمة. أما من حيث الوضع الاقتصادي "فالجوع – كما يقولون – مرشد سيء للشعوب. والشعب الجائع لا يمكنه أبداً أن يستخدم العقل وأن يقتنع بالمنطق. ولا مفر له من أن يكون لقمة سائغة في أيدي محترفي السياسة الذين يستطيعون أن ينحرفوا انحرافاً خطيراً به وبمثله الأخلاقية ومبادئه الإنسانية ومصالحه الحقيقية".

ولا يكاد التاريخ يحفظ مثلاً واضحاً من الأمثلة على ذلك أكثر من نجاح الحزب النازي في انتخابات عام ١٩٣٠ بألمانيا حيث استطاع هذا الحزب أن يستحوذ على أصوات سبعة ملايين من العمال المتعطلين كانوا بطبيعة الحال ناقمين على الوضع الاقتصادي في ذلك الوقت.

الفصل الخامس

دور الصحافة في تكوين الرأي العام

قبل الخوض في موضوع دور الصحافة في تكوين الرأي العام يجدر بنا أن ننتبه إلى أمر هام وهو أن الصحافة في عصرنا هذا لها معنيان:

معنى ضيق ومعنى واسع. والمقصود بالأول – وهو المعنى الضيق – الصحف والمجلات والنشرات ونحو ذلك. والمقصود بالثاني – وهو المعنى الواسع – جميع وسائل الإعلام المعروفة في وقتنا الحاضر، كالإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والندوة والمؤتمر الصحفي والمعرضي الله عنه فضلاً عن الصحافة.

وتنظر الديمقراطيات الحديثة إلى الصحافة بهذا المعنى الواسع على أنها "السلطة الرابعة" في الأمة إلى جانب السلطات الثلاث المعروفة؛ وهي السلطة التشريعية والسلطة القضائية والسلطة التنفيذية. وترى الديمقراطيات الحديثة في هذه السلطة الرابعة أنها شديدة التأثير في الرأي العام.

ومن أجل ذلك حرصت الديمقراطيات الحديثة – أو قل أظهرت حرصها مراراً على حرية الصحافة في حدود الصالح العام.

صحيح ما يقال عن الرأي العام أنه محكمة ليست بذات سلطة قضائية. ولكنها مع ذلك مرهوبة الجانب من الحاكم والمحكوم في وقت معاً.وليس الرأي العام استفتاء بالمعنى المقصود من هذه الكلمة. بل هو الرأي المتناقل بين الناس إما عن طريق الشائعات أو الهمس أو عن طريق الكتابات والمناقشات العلنية ونحو ذلك.

إن الرأي العام لا يتألف من الآراء الخاصة أو الآراء الفردية. ولكن يتألف من المناقشات والجدل بين الأفراد ويكون ثمرة لها. وغالباً ما ينتهي الجدل بأن يسود رأي

واحد لفرد واحد أو لأفراد قليلين على بقية الأفراد ويظفر بالأغلبية. ولابد في الرأي العام أو الإعلام من وجود طرفين أو عنصرين هما عنصر المرسل (بكسر السين) وعنصر المستقبل (بكسر الباء). الأول هو الوسيلة الإعلامية التي تنقل المعلومات أو الأخبار إلى القارئ أو السامع. والثاني – المستقبل – هو القارئ أو السامع سواء كان فرداً أو جماعة. ويختلف الأفراد بعضهم عن بعض في استقبال المعلومات. لأنهم يختلفون من حيث أمزجتهم وقواهم العقلية وطريقة فهمهم للأشياء. ومن التأثير المتبادل بين المرسل والمستقبل يتكون الرأي العام في العادة. وسنعود إلى الحديث عن عناصر الإعلام عندما تتكلم عن الإعلام بعد الفراغ من الكلام عن الرأي العام.

مهدنا بذلك الحديث للكلام عن دور الصحف في تكوين الرأي العام.

من الخطأ أن نعتقد أولاً أن الصحافة هي وحدها صانعة الرأي العام في الأمة. فالأصح من ذلك أن يقال أن الصحف تؤثر في الرأي العام وتتأثر به في نفس الوقت. وبعبارة أخرى أن الصحف تقود الرأي العام وتنقاد له. ولكن ذلك لا ينفي أن الصحف ما زالت إلى الآن تعتبر من أقوى وسائل الإعلام، ومن أقدرها على تكوين الرأي العام.

فما هي الطريقة التي تؤثر بها الصحافة في الرأي العام عادة؟

تؤثر الصحيفة في الرأي العام عن طريق الخبر تارة، والتعليق أو العمود تارة، وعن طريق الأحاديث والتحقيقات الصحفية تارة أخرى، وعن طريق الإعلان والصور والرسوم الكاريكاتورية آخر الأمر.

أما من جهة الأخبار

فينبغي للصحيفة التي تريد التأثير في الرأي العام وتحرص دائماً على احترامه لها والثقة في أخبارها أن تجري في سياستها الإخبارية على النحو التالي:

أولاً – يجب أن تتوخى الصحة التامة في نشر الخبر. ذلك أن الخبر هو الغذاء الرئيس للصحيفة. وبدونه لا يكون هناك وجود ما للرأي العام الذي تؤثر فيه

الصحيفة. غير أن الخطأ الكبير الذي تقع فيه الصحف هي الميل أحياناً إلى تحريف الأخبار. وقد تبالغ بعض الصحف في هذا التحريف فنجعل منه تزييفاً للخبر. وفي ذلك يكمن الخطر كل الخطر على الصحيفة من جهة، وعلى القارئ من جهة ثانية.

أن أول ما ينبغي أن يحفظه الصحفي من المبادئ، هو المبدأ القائل بأن (الخبر ليس ملكاً للصحيفة، وليس ملكاً للرأي العام ولكنه ملك فقط للحقيقة).

ومعنى ذلك أن الصحيفة ليست حرة في أن تنشر الخبر بالطريقة التي تحلو لها. ولكنها مقيدة بتحري الصدق والصحة والأمانة والنزاهة في نشر الأخبار.

والصحيفة بعد نشر الخبر حرة في شيء آخر وهو:-

ثانياً – التعليق على الأخبار بما يتفق وسياستها وبما يعين القارئ في الوقت نفسه على تكوين رأي له في هذا الخبر.

ثالثاً – أن تتبع الأخبار بعد الفراغ من نشرها والتعليق عليها. فعن طريق هذا التتبع يصبح الخبر متكاملاً في نظر القارئ. والمهم أن التقصير في أي واجب من هذه الواجبات الثلاثة في معاملة الصحف للأخبار يقلل كثيراً من قيمتها وقدرتها على التأثير في الرأي العام؛ بل يقضي قضاء تاماً على كيانها. وخاصة عندما تلجأ الصحيفة لغرضي الله عنه من الأغراض إلى العبث بالخبر بصورة من الصور.

وأما من حيث العمود والحديث والتحقيق

فمعروف أن المقال الافتتاحي في كل صحيفة من الصحف هو (المنبر) الخاص بها. ومن على هذا المنبر الخاص تتحدث الصحيفة إلى قرائها، وتؤثر في أفكارهم وميولهم بالطريقة الخاصة بها. وللصحيفة –كما قلنا – مطلق الحرية في كتابة العمود أو الزاوية الصحفية. ولابد أن تكون في كتابة هذا العمود أو التعليق مسايرة للسياسة التي تميزها عن سائر الصحف. وفي وسع الصحيفة أن تصل عن طريق الأعمدة إلى ما تصبو إليه من النفوذ الإعلامي والسيطرة على جمهور القراء؛ حتى ولو لم تكن هذه الصحيفة مستندة إلى حزب من الأحزاب أو هيئة من الهيئات أو قوة من قوى الحكم.

وأما من حيث الصور والرسوم

فعليها تعتمد الصحافة الحديثة أيضاً في التأثير في الرأي العام. ذلك أن الصورة – كما يقول العارفون – تغني عن عشرة آلاف كلمة. وكذلك الرسوم الكاريكاتورية تعتبر هي الأخرى سلاحاً قوياً من أسلحة الصحافة الحديثة. فإن رسماً واحداً من هذا النوع يتبع جواً من السخط على شيء معين أو رجل معين، كما ينشر السخرية منه أو الرضي الله عنها عنه وهو ما لا تستطيع فنون القول كلها أن تفعله إلا بجهد جهيد.

وإذا كان هناك فرق واضح بين الصحف وغيرها من وسائل الإعلام المعروفة فإن هذا الفرق يأتي من ناحية الرسوم الكاريكاتورية. والفرق بينها وبين الصور الفوتوغرافية (أو الشمسية) أن هذه الأخيرة عندما تنقل الخبر أو الحدث تلتقط لحظة واحدة من لحظاته. أما الكاريكاتير فإنه لا ينقل شيئاً من ذلك؛ وإنما يراد به دائماً نقد شخص من الأشخاص أو فكرة من الأفكار أو رأي من الآراء أو سياسة معينة أو اتجاه معين ونحو ذلك[1].

صحافة الخبر وصحافة الرأي

الصحف نوعان صحف الخبر وصحف الرأي فالأولى – تهتم بالأخبار قبل كل شيء وتغري بها القارئ وتجذبه إلى قراءتها. وهي لذلك أوسع انتشاراً وأضخم توزيعاً من صحف الرأي.

والثانية – تعتنق رأياً أو مذهباً من المذاهب السياسية أو الاجتماعية، وتدافع عن هذا المذهب ما وسعها الدفاع. وأما الأخبار فليست غاية في ذاتها عند هذا النوع من الصحف. فلا تنشر منها غالباً إلا ما يتفق وهذا المذهب الذي تذود عنه وتأخذ نفسها بشرحه. ولذلك فإن هذا النوع الأخير من الصحف أقل انتشاراً من النوع الأول، إذ أن قراء صحف الرأي قليلون في كل أمة. ولكن صحف الرأي مع ذلك هي الموجهة الحقيقية للرأي العام. والدليل على ذلك أن صحيفة التيمس اللندنية –

---

(1) الصحافة والمجتمع للمؤلف ص ١٦ – ٢٠.

على ضيق انتشارها – تؤثر تأثيراً بعيد المدى في سياسة الحكومة البريطانية، واتجاهات الشعب البريطاني.

والمجلات والكتب والنشرات الدورية تلعب هي الأخرى دوراً خطيراً في تكوين الرأي العام. ذلك أن المجلة أوسع صدراً من الجريدة لقبول البحوث السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وأقبل من الجريدة لنشر التحقيقات الصحفية التي قد لا تتسع لها الصحف اليومية. والمجلة لديها وقت أوسع لهذه المواد الصحفية من الجريدة. ومحرروها أكثر أناة وأعمق تفكيراً من محرري الجريدة. وأمام المجلة فرصة من نوع آخر؛ هي إعادة النظر في كل ما تنشره الصحف وعرضي الله عنهه على انفراد بصورة جديدة. ومن هنا تقف المجلة في مكان وسط بين الجريدة من ناحية والكتاب من ناحية أخرى. فالكتاب ضخم يحتاج في قراءته إلى زمن طويل وعناء كبير. والجريدة أدنى إلى الإيجاز وإلى السرعة. أما المجلة فإنها تجمع بين الخصائص التي للجريدة والخصائص التي للكتاب في وقت معاً. ومن هنا كانت لها أهميتها الكبرى وتأثيرها القوي في تكوين الرأي العام؛ وخاصة عند الطبقة المثقفة من طبقات الأمة.

الصحافة الصفراء

ونريد في نهاية الكلام عن أثر الصحف في تكوين الرأي العام أن نلفت النظر إلى الخطر الكبير الذي ينجم عما يسمى بالصحافة الصفراء، ونعني بها الصحافة التي تؤثر الخبر على المقال. والتي تعني من الأخبار بما يتصل بالجنس والجريمة بنوع خاص. فهذا النوع من الصحافة يقوم على مبدأ الإثارة، ويجد له عدداً كبيراً جداً من القراء في كل بلد من البلاد. ولكنه في نفس الوقت يعتبر نوعاً من السم الذي ضيف في العسل. وتجاهد الأمم في الوقت الحاضر جهاداً كبيراً في سبيل التخفيف على الأقل من التأثيرات السيئة لهذه الصحافة الصفراء التي تهدد كيان المجتمع وتجنح بالكثير من أفراده إلى الانحراف. وذلك فضلاً عما تسببه هذه الصحافة الصفراء من ضرر كبير بالحكومات لأنها لا تعني بغير الأخبار الهشة أو التافهة التي تضيع وقت القراء ولا

تعود بأية فائدة على المجتمع. والصحافة الصفراء تصرف نظر القراء كذلك عن العناية بالأمور الجادة والمشروعات المفيدة والآراء الناجحة والأفكار النافعة ونحو ذلك.

الرأي العام وحرية الصحافة

ينادي الكتَّاب والصحفيون دائماً بحرية الصحافة. والواقع أن صحافة بلا حرية لا فائدة منها للمجتمع. إذ أن الكاتب المقيد قلما يقدم لمواطنيه أفكاراً سليمة أو آراء نافعة. غير أن حرية الصحافة مع ذلك مهددة في الدول الرأسمالية والدول الشيوعية بأخطار كبيرة. ففي الدول الرأسمالية نجد أن حرية الصحافة تستحيل إلى حرية ليس لها من الحقيقة غير الاسم. وذلك عندما تسيطر المصالح الرأسمالية على الصحف سيطرة كبيرة. وذلك أيضاً عندما يضع رجال المال أو رجال السياسة أو رجال الحكومة أيديهم على الصحف باسم حرية الصحافة. وطريق رجال المال إلى ذلك هو (الإعلانات) التي لا تستطيع الصحف أن تعيش بدونها بحال ما. وذلك أن الإعلانات تشكل ما لا يقل عن ٦٠٪ من أرباح الصحيفة. وباقي الأرباح وقدرها ٤٠٪ تأتي من التوزيع.

ولسيطرة رأس المال على أجهزة الإعلام نتائجها المعروفة ووسائلها التي أصبح لا يجهلها أحد من الناس. إن أصحاب رؤوس الأموال يستطيعون تنظيم الحملات السياسية عن طريق الدعاية والصحف. وعن طريق هذه الحملات يحصلون على الحكومات التي تأتمر بأوامرهم، وتعمل لإرضائهم. وأما الحكومات التي ترفض عمل شيء من ذلك فإن نصيبها الفشل والهزيمة أمام الرأي العام حتى تخضع خضوعاً تاماً لسيطرة رأس المال. هذا ما يحدث في الدول الرأسمالية كأمريكا. وأما الدول الشيوعية فيبدو أن حرية الصحافة ليس لها وجود فعلي فيها. برغم أن دساتير هذه الدول تنص على وجودها. فالصحف في الاتحاد السوفيتي – على وجه التمثيل – لا تعدو أن تكون أداة طيعة في يد (الحزب الواحد) يحركها كيف يشاء، ولا يكاد يدع لها حرية ما في إبداء رأي أو توجيه نقد أو رسم خطة لا يرضى عنها الحزب.

(والخلاصة) أنه لا وجود لحرية الصحافة إلا في مجتمع ديمقراطي يستطيع التخلص من سيطرة رأس المال ومن سيطرة الحكام وأين هذا المجتمع الديمقراطي بهذا المعنى؟ الواقع أنه لا وجود له.

معنى ذلك أن الحرية الصحفية مفقودة. ولكن أصح من ذلك أن يقال أنها موجودة بقيود. وسندرس في باب الإعلام من أبواب هذا الكتاب ما هي الحكمة من هذه القيود التي تقيد بها الصحافة. وما نوع هذه القيود في كل وضع من الأوضاع الحكومية في العالم قديماً وحديثاً.

قياس الرأي العام

لقياس الرأي العام طرق كثيرة عند علماء الاجتماع ينتفعون بها كثيراً في دراساتهم الخاصة بالمجتمع. ومنها طريقة الاستفتاء **Questionaire**. وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة مرتبة بطريقة معينة حول مسألة معينة يراد معرفة اتجاه الرأي العام فيها معرفة دقيقة بقدر المستطاع. ويجمع صاحب الاستفتاء كل الإجابات الممكنة من الأفراد الذين أجرى عليهم الاستفتاء، ثم يعمد بعد ذلك إلى تفريغ هذه الإجابات في جداول تساعده للوصول إلى نتيجة قريبة من الصواب، أو حكم هو أقرب ما يكون للصحة.

ومنها – أي من الطرق التي يمارسها علماء الاجتماع في قياس الرأي العام طريقة المسح **Survey Method** وتقوم على تجميع منظم لأكبر قدر ممكن من المعلومات لمعرفة الرأي العام للمجتمع في مشكلة ما؛ سواء كان هذا الرأي ظاهراً أو في حالة كمون أو اختفاء. ويلجأ أصحاب هذه الطريقة في جمع المعلومات – بالإضافة إلى المقابلات الشخصية والمحادثات – إلى الوسائل الإعلامية المعروفة كالصحف والإذاعة، ويأخذون من هذه الوسائل الإعلامية المختلفة أكبر قدر ممكن من المواد التي تعبر عن الاتجاهات السائدة في المجتمع.

والفرق بين الاستفتاء والمسح هو أن الاستفتاء يكون حول موضوع واحد بالذات. أما المسح فيتسع لموضوعات عديدة في وقت واحد. ولذلك تتعدد وسائل

المسح وتتنوع؛ فيكون منها المقابلات الشخصية والمحادثات، وتكون منها الصحف والإذاعة. ويكون منها كذلك ملاحظة سلوك الناس عند إجابتهم عن سؤال بعينه، أو إعراضهم عن الإجابة جملة واحدة وهكذا. غير أن الطريقتين السابقتين لقياس الرأي العام – وهما طريقة الاستفتاء وطريقة المسح – من الأمور التي تخص الباحث الاجتماعي. وله فيهما دراسات طويلة وأصيلة لا تعنينا الآن، ولكن تعنينا هنا طريقة ثالثة يمكن بها قياس الرأي العام اعتماداً على الوسائل الإعلامية وحدها. هي:

طريقة تحليل المضمون

وترجع الأهمية التي لهذه الطريقة في نظر رجل الإعلام إلى أنها تساعده دائماً على معرفة اتجاهات الرأي العام العالمي بالذات، وهو الرأي الذي تهتم به الحكومات، وترى من الضروري لها أن تقف عليه دائماً. وبمقدار علمها بهذا الرأي العالمي يكون نجاحها دائماً في رسم سياستها الخارجية والذي لا مراء فيه أن كلاً من طريقة الاستفتاء وطريقة المسح لا تساعد على دراسة اتجاه الرأي العالمي، ولا تسهل ممارستها من أجل هذه الغاية ولذلك يعتمد رجل الإعلام للوقوف على هذا الرأي العالمي على الصحف والمجلات والكتب والنشرات وبرامج الإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل المؤثرة في اتجاهات الشعب. وذلك كله على أساس من القاعدة التي أشرنا إليها من قبل، وهي القاعدة التي تقول بأن وسائل الإعلام تؤثر في المجتمع، وتتأثر به، وتقود هذا المجتمع وتنقاد له.

نعم .. إن من الصحف والإذاعات ما يخضع لتأثير بعض الأفراد أو الهيئات أو الحكومات؛ بحيث يمكن أن يقال أنها لا تملك الحرية الإعلامية كالتي تتمتع بها في البلاد الديمقراطية بنوع خاص، ولكن هذه الوسائل الإعلامية المختلفة هي وحدها المعبرة عن الرأي العام في مسألة من المسائل الخارجية لا الداخلية. وليس للشعب وسيلة غيرها في التعبير عن هذا الرأي.

أنظر مثلاً إلى بلاد ديمقراطية كأمريكا وأنظر إلى موقف الصحافة والإذاعة فيها

بالنسبة لقضية فلسطين. إن الصحافة والإذاعة في تلك القارة تخضعان خضوعاً تاماً لسيطرة الرأسمالية الصهيونية. ولذلك أصبح من المستحيل على الشعب الأمريكي أن يفهم قضية فلسطين من وجهة النظر العربية، كل ذلك برغم أن الدعاية الصهيونية إنما توجه أكبر جزء من جهودها إلى الفئة القليلة المؤثرة في الرأي العام، وكل ذلك برغم ما حدث في ٢٣ مايو (أيار) سنة ١٩٦٣ من أن لجنة الشؤون الخارجية بمجلس الشيوخ الأمريكي برياسة (وليم فولبرايت) أجرت تحقيقاً في الدعاية الصهيونية كشفت به عن مدى الوسائل التي تسلكها هذه الدعاية للتأثير في الشعب الأمريكي، ووصلت إلى حقيقتها وكان من نتيجة ذلك أن وجدت صحفية أمريكية مثل السيدة (دورثي طومسون) آمنت بقضية اللاجئين العرب، ودافعت عنهم .

تقول: بالرغم من هذا كله فإنك مهما ذهبت تحلل مضمون المقالات الصحيفة والأحاديث الإذاعية الأمريكية فلن تجد فيها غير رأي واحد فقط، هو الاقتناع التام بصدق إسرائيل في دعواها وبتجريم العرب.

وإليك مثلاً لقياس الرأي العام من خلال وسيلة من وسائل الإعلام هي وسيلة الخطابة، وهي لا تقل خطراً عن وسيلة الإذاعة أو الصحافة.

أقرأ معي مقالاً للمعلق السياسي توم ليل **Tom Lille** في وصف الخطبة التاريخية التي ألقاها الرئيس جمال عبد الناصر في ٢٦ يوليه (تموز) سنة ١٩٥٦ وأعلن فيها قرار تأميم قناة السويس، وهنا يقول المعلق السياسى: "لقد ألقى الرئيس خطاباً مطولاً كشف فيه للمرة الأولى عن قدرته الخطابية البالغة الأثر في نفوس الجماهير. لقد ألهب المشاعر الوطنية وأطلق ضحكات الشعب وسخريته المرة وهو يتحدث عن الدول الغربية بازدراء وجرأة لم يسبقه إليها زعيم من زعماء الشرق الأوسط.

ولقد أصغت إليه الجماهير بأعصاب متوترة ووجوه مبهورة، وقد خيم عليها صمت عميق. بينما كان الملايين من الناس يلتفون حول أجهزة الراديو يستمعون منها إلى خطاب الرئيس وهو يصف كيف أخذت حقوق مصر في القناة، وكيف أن هذه

القناة مصرية؛ شقت بأيد مصرية وأموال مصرية، وكيف أنها قامت على جماجم عشرة الآلف من الضحايا المصريين الذين ماتوا وهم يعملون في شقها. ومع هذا فقد ظل حملة الأسهم في شركة قناة السويس سنة بعد أخرى يأخذون أرباحهم بالملايين؛ بينما مصر صاحبة الحق الأكبر من هذه الأموال لا تنال منها إلا النزر اليسير.

"وفجأة ألقي عبد الناصر قنبلة مدوية وذلك حين قال أن هذا الاستثمار التعسفي قد انتهى إلى غير رجعة، وان حكومة الثورة قررت تأميم قناة السويس، وسنبني سد أسوان من أرباح القناة"

هنا انطلق زئير من الهتافات الشعبية. واقشعرت الأبدان كلها من شدة الفرح. وكبر الشعب وهلل. بل إن الكثير من خصوم الثورة أسكرتهم هذه الفرحة".

افترضي الله عنه أنك تقرأ معي هذا المقال الذي كتبه المعلق السياسي (توم لايل) فإنك تلاحظ أنه يتضمن الحقائق التالية:-

أولاً- إن المعلق السياسي كان شديد التحمس للحركة التي أممت القناة؛ حتى ليشعر القارئ كان هذا المعلق كان واحداً من الشعب المصري أو من الجمهور الذي استمع إلى هذه الخطبة التاريخية.

ثانياً – إن المقال فيه تأييد تام للفكرة التي نادى بها الرئيس جمال عبد الناصر وهي فكرة تأميم القناة.

ثالثاً – إن المقال لم يقف عند وصف الخطبة التاريخية للرئيس جمال عبد الناصر، ولكنه وصف كذلك شعور الأمة المصرية كلها تجاه هذه الخطبة. وأشار إلى أن خصوم الثورة أنفسهم أسكرتهم الفرحة.

رابعاً – إن المقال لا يعتبر بذلك من المقالات المعارضي الله عنهة لسياسة جمال عبد الناصر بحال من الأحوال. مع أنه مما لاشك فيه أن المقالات المعارضي الله عنهة لفكرة تأميم القناة كانت أكثر من المقالات المؤيدة لها. وأوضح ما ظهر ذلك في صحف كل من إنجلترا وفرنسا.

ويستطيع الباحث الصحفي بعد ذلك أن يجمع المقالات التي كتبت في موضوع تأميم القناة؛ وذلك في سائر الصحف التي تعرضي الله عنهت لهذا الموضوع في أكثر أنحاء العالم. كما يستطيع الباحث الصحفي كذلك أن يتعقب النشرات والكتب التي تعرضي الله عنهت لنفس الموضوع، وأن يجمع الخطب والأحاديث التي تناولته من قريب أو بعيد. وأن يقسم كل هذه المادة التي جمعها ثلاثة أقسام: مؤيد، ومعاﷺ، ومحايد. وعليه كذلك أن يأخذ في الاعتبار درجة التوزيع لكل صحيفة أو نشرة أو كتاب، ومقدار الشهرة التي لكل شخصية تحدثت عن مشروع تأميم القناة.

وعليه في نهاية الأمر أن يجمع المؤيدين وحدهم، والمعارضي الله عنهين وحدهم، والمحايدين وحدهم على أساس من عدد الأفراد الذين سيتأثرون بهذه الصحيفة أو النشرة أو الكتاب أو الحديث الإذاعي أو المشاهد التلفزيونية. ويصل من كل ذلك إلى نتيجة من النتائج: فيقول:- مثلاً - عن الصحف أن أكثريتها مؤيدة، وأما الإذاعة فمعارضي الله عنهة، وأما الكتب فمحايدة. وهكذا.

وأخيراً يقول الباحث الصحفي بتفريغ جميع هذه المعلومات التي جمعها - عن سياسة عبد الناصر، وذلك في جداول منها:-

أولاً - جدول يوضح اتجاهات الرأي العام العالمي في موضوع سياسة عبد الناصر كما وصفتها الجرائد العالمية، وذلك عن طريق إحصاء جميع المقالات المؤيدة والمقالات المعارضي الله عنهة والمقالات المحايدة كما سبق أن ذكرنا.

ثانياً - جدول يبين النسب المؤوية لتكرار المقالات التي نشرت في الصحف العالمية تأييداً لسياسة عبد الناصر.

ثالثاً - جدول يبين النسب المئوية لتكرار المقالات التي كانت تنقد فيها الصحف العالمية هذه السياسية.

رابعاً - جدول يبين النسب المئوية لتكرار المقالات أو الموضوعات التي كانت محايدة بالنسبة إلى سياسة عبد الناصر وهكذا.

وبهذه الطريقة يستطيع رجل الإعلام أن يؤلف لنفسه صورة دقيقة عن الرأي العام العالمي بالنسبة لسياسة عبد الناصر، وأن يضع لنفسه خطة إعلامية تجاه هذه الدول أو الشعوب يستطيع أن يخدم بها – متى أراد – سياسة هذا الزعيم.

الفصل السادس

دور الإذاعة والتليفزيون
والسينما في تكوين الرأي العام

لا ريب أن الإذاعة قوة من قوى العالم الحديث وإنها وسيلة من وسائل الإعلام الهامة في الوقت الحاضر. وتستطيع أن تلعب أخطر الأدوار في تكوين الرأي العام. ولكن دون ذلك صعاب كثيرة يجب التغلب عليها. وقد أتت هذه الصعاب من خطورة المراحل التي يمر بها الخبر الإذاعي من حيث هو. فهناك مرحلة جمع الأخبار، وهناك مرحلة اختيار الملائم من هذه الأخبار، وهناك مرحلة الطريقة التي تقدم بها الأخبار، وهناك مشكلة اختيار الوقت المناسب لإذاعة الأخبار. وهناك مشكلة الأسلوب الذي يكتب به الخبر الإذاعي. وهناك أمر يتصل بلهجة المذيع وظروف المستمع ونحو ذلك. غير أن هذه الصعاب كلها تهون أمام الصعوبة الحقيقية. ونعني بها (موضوعية الإعلام الإذاعي) ومعاملة هذا الخبر على أساس من الموضوعية الصحيحة فالخبر في ذاته يجب أن يتمتع دائماً (بالقدسية) عندما تتعهد

بنشره وسيلة من وسائل الإعلام المعروفة في الوقت الحاضر. ومن أهمها في الواقع وسيلة الصحف ووسيلة الإذاعة.

غير أن (موضوعية الإعلام) لا يمكن ممارستها إلا بشرط واحد فقط هو "الحرية الصحفية أو الإعلامية". فهل تستطيع صحيفة من الصحف أو محطة من محطات الإذاعة في عالم اليوم أن تحظى بقدر كاف من الحرية يساعدها على هذه الموضوعية؟

يقولون في الإجابة عن هذا السؤال "ليست هناك صحيفة أو إذاعة قادرة على ممارسة الموضوعية الصحيحة في الوقت الحاضر. ولا يستثنى من ذلك غير بعض الصحف البريطانية ومعها الإذاعة البريطانية. ففي بريطانيا تستطيع محطة الإذاعة

توزيع أوقات الكلام بين الأحزاب بالتساوى؛ وذلك أثناء المعارك الانتخابية.

وفي بريطانيا كذلك تستطيع الإذاعة – كما يقال – أن تميز تميزاً واضحاً بين الخبر في ذاته من ناحية والتعليق من ناحية ثانية. فأما الخبر فإنها تحرص على نشره بدون تحريف. وأما التعليق فإنها تمارس فيه كل حريتها، وتبني عليه كل ما تريد أن تبنيه من النتائج لذلك ينظر الانكليز إلى الإذاعة البريطانية على أنها برلمان مستقل بذاته عن البرلمان الانجليزي المعروف. والبرلمان في بلاد الإنجليز هو المكان المقدس لمناقشة القضايا السياسية وغير السياسية، والإذاعة البريطانية في نظر الانكليز تستطيع أن تنافس البرلمان الانكليزي في جميع المجالات.

"الإذاعة البريطانية بقول مختصر موضوعية في الإعلام، منصفة في توزيع أوقات الكلام على الأحزاب في أدوار الصراع الانتخابي غير موجهة بقدر المستطاع بميول الحزب الحاكم حينما يتولى الحكم[1]. وندع الكلام عن الفرق بين الإذاعة أو الإعلام الإنجليزي والإذاعة أو الإعلام غير الإنجليزي إلى الفرصة التي سوف يبحث فيها (الإعلام) في ذاته بعد الفراغ من الكلام عن (الرأي العام) في ذاته.

هذا هو مجمل الكلام عن الصعوبة الأخيرة من الصعاب التي تواجه الإذاعة. وهي هنا "صعوبة الموضوعية".

ولكن كيف تؤثر الإذاعة في الرأي العام عادة ؟

إن ذلك يكون عن طريق الخبر، ثم التعليق على الخبر، وعن طريق الصحيفة الناطقة (أو مجلة الهواء)، وعن طريق الأحاديث الإذاعية، والندوات الإذاعية والمسرحيات الإذاعية، وعن طريق البيانات الرسمية، وأحاديث الحكام في شرح الأسس التي يبنون عليها بياناتهم الرسمية، ووجهة نظرهم فى السياسة الداخلية أو السياسة الخارجية ونحو ذلك.

---

(1) حسن الحسني. الإعلام والدولة. ص ٣٤٢

فأما الخبر والتعليق على الخبر فقد تحدثنا عنهما في الكلام عن الصحيفة باعتبارها وسيلة إعلامية في غاية الخطورة. وما ينطبق على الصحف والمجلات ينطبق تماماً على الإذاعة من هذه الناحية.

وأما الصحف الناطقة "ومجلات الهواء" فهي منوعة كل التنوع، وهي شبيهة في ذلك بالصحف أو المجلات المتخصصة. فهناك مجلة زراعية وأخرى صناعية وثالثة اقتصادية ورابعة اجتماعية وخامسة فنية وسادسة دينية وسابعة نسائية وثامنة عمالية ... الخ، ومثل هذا التنوع يمكن أن تجد له نظيراً في (مجلات الهواء) أو الصحف الناطقة على السواء.

وليست الأحاديث الإذاعية والمسرحيات الإذاعية والندوات بحاجة إلى بيان قدرتها على التأثير في الرأي العام أو الأفكار العامة.

أما الذي يحتاج منا إلى الشرح فهو أحاديث الحكام في الإذاعة والتلفزيون. وهذا ما يدعونا إلى الكلام عن:

الإذاعة والحاكم

أثر عن بول فاليرى أنه قال في وصف السياسة: "لقد ظلت السياسة زماناً طويلاً وهي عبارة عن فن منع الناس من الدخول في ما لا يهمهم. أما الآن فقد أصبح للسياسة معنى آخر هو فن تعريف الناس بالأمور التي يجهلونها[1].

وعلى ذلك فوظيفة الإذاعة في البلد الديمقراطي هي تعليم الناس ما ينبغي لهم أن يتعلموه ليحسنوا الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها النظام الديمقراطي: ووظيفتها كذلك من المستمعين بجميع المعلومات الضرورية لمعرفة المشكلات التي يواجهونها .. ووظيفتها كذلك تزويد الناس بقدر من الثقافة السياسية يمكنهم من الحكم على هذه المشكلات وعرضي الله عنه الحجج المختلفة والحلول المختلفة للمشكلة الواحدة

---

(١) نفس المصدر السابق ص ٣٣٨.

بصورة موضوعية خالصة لا تعرف التحيز أو المحاباة.

على أنه من الملاحظ دائماً أن الحكام هم أحرص الناس على التأثير في الرأي العام السياسي بنوع خاص. وهذا صحيح في جملته وتفصيله. فإن من أبرز السمات التي تتسم بها المجتمعات الحديثة أن حكامها أصبحوا مضطرين إلى الاتصال بالشعب عن طريق الصحافة والإذاعة، وذلك لبيان أعمالهم وشرح سياساتهم وتبرير هذه الأعمال والسياسات.

ولقد كانت السياسة في العصور القديمة حواراً في البيئات الديمقراطية بين الحكام وطبقة بسيطة من الناس لديها متسع من الوقت لهذا الحوار، كما نشاهد ذلك في تاريخ البلاد اليونانية قديماً. أما العصر الحديث فإن هذا الحوار السياسي بين الحاكم والمحكوم أصبح بفضل وسائل الإعلام الحديثة يتسع لأكبر عدد ممكن من أفراد الشعب. وقلما نجد حاكماً من الحكام في الوقت الحاضر يرى في نفسه غنى عن الاتصال بالشعب الذي يحكمه. وهكذا أصبحت الحكومات الديمقراطية الحديثة مسئولة ليس فقط أمام البرلمان، ولكن أمام الصحافة والإذاعة بنوع خاص!

على أن الخطر من الراديو على الحاكم لا يأتي بطبيعة الحال من الإذاعة المحلية. ولكن يأتيه من الإذاعات الأجنبية. وبنوع خاص إذا كانت هذه الإذاعات معادية له مناوئة لخطته. ومن هنا شعرت كثير من الدول الحديثة بقلق على نفسها وعلى حكامها من الإذاعات الأجنبية التي أصبح في وسعها أن تحبط أعمال الزعماء، وأن تقلل من خطر الثورات ومن هيبة القادة. فماذا تفعل هذه الدول التي تشعر بمثل هذا الشعور؟ ليس أمامها في الواقع إلا طريقة واحدة هي هدم المحاولات التي تقوم بها الإذاعات الأجنبية لمثل هذه الغاية. ولذلك ظهر في عالم الإذاعة ما يسمى:

بالتشويش الإذاعي

وهو نوعان مقصود وغير مقصود .. فأما غير المقصود فيأتي من تكاثر الموجات الإذاعية وتضارب بعضها مع بعض واستحالة إيجاد موجة خاصة بالدولة أو عدة

موجات خاصة بها. وأما المقصود فهو ما تقوم به بعض الدول لتمنع إيصال إذاعة معينة إليها، وذلك لأسباب سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية. ولهذا تضع على تلك الموجات تشويشاً مقصوداً كصوت صفارة أو صوت قوي من نوع آخر.

يمنع هذه الإذاعة غير المرغوب فيها من الوصول إلى المستمعين الذين يراد حمايتهم منها.

"ويقال أن أول تشويش إذاعي في العالم حدث عام ١٩٣٤ عندما وضعت حكومة النمسا صفارة قوية على الموجة التي تذيع عليها محطة الإذاعة الألمانية لتمنع الدعاية الثانية من الوصول إلى الأراضي النمساوية[١].

وقد عنيت المنظمة العالمية المعروفة باسم (الأمم المتحدة) بهذه القضية وانتدبت لها لجنة منبثقة من لجنة حقوق الإنسان انتهى رأيها في هذه المسألة إلى أن معرفة الحقيقة والبحث عنها بحرية تامة هما من الحقوق الجوهرية للإنسان، ولكل شخص الحق بصورة فردية أو جماعية في البحث عن المعلومات وتلقيها ونشرها. وعلى الحكومات في جميع الدول أتباع سياسة تؤدي إلى حماية تدفق المعلومات والأنباء داخل البلاد وعبر الحدود. وعلى هذا فأي تشويش مقصود ضد أية إذاعة في العالم أمر يخالف المادة التاسعة عشرة من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وهي المادة التي تقول: "لكل شخص الحق في حرية الرأي وحرية التعبير. ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون تدخل، واستقصاء الأنبياء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون التقيد بالحدود الجغرافية".

دور السينما في الرأي العام:

وصف لاروين بانوفسكي السينما فقال[٢]: "إن السينما سواء رغبنا أم كرهنا هي القوة التي تصوغ أكثر من أية قوة أخرى الآراء والأذواق والزي والسلوك، بل

---

(١) حسن الحسن، الإعلام والدولة، ص ٥٧.

(٢) نفس المصدر، ص ٢٣٦.

المظهر المدني لجمهور يضم أكثر من ستين في المائة من سكان الأﷺ"

وهذا قول صحيح في جملته وتفصيله. وهو سبب من الأسباب التي ترجع إليها الفروق الشاسعة بين الآباء والأبناء. ذلك أن الشباب أميل بطبيعته إلى السينما من الشيوخ، وأكثر تقبلاً لما تدعو إليه السينما من تجديد في كل نواحي الحياة. وهذا فضلاً عما للسينما من المقدرة العظيمة على التعبير عن العواطف والمشاعر والأفكار والآراء والتجارب الإنسانية على اختلافها. ومعنى ذلك أن السينما لم تصح كما كانت من قبل مجرد أداة التسلية الجمهور، ولكن غدت وسيلة إعلامية من أقوى وسائل العصر الحديث، كما غدت وسيلة ثقافية قد لا تعدلها وسيلة أخرى من الوسائل في العصر الحديث، وصدق من قال أن السينما فن وعلم وصناعة في وقت معاً. فهي علم قائم على آلات التصوير التي تمخض عنها الفكر الحديث وتقدمت بخطى واسعة في باب الاختراع بحيث أصبحت بها السينما ناطقة بعد أن كانت صامتة. والسينما علم لأنها أصبحت تبنى على أصول علمية يجب أن يتعلمها القائمون على هذا الجهاز الكبير من أجهزة الإعلام. والسينما فن لأنها تقوم على دراسة الإضاءة وهندسة الصوت، وتعتمد في كل ذلك على عدد كبير من الآلات الدقيقة.

وقد أصبح الهدف الأول للسينما في الوقت الحاضر هو الثقافة وخدمة المجتمع. ولكن السينما كالصحف أصيبت بشيء من الانحراف وأصبحت هدفاً للاستغلال الذي قام به أصحاب رؤوس الأموال. ومالت السينما إلى إﷺء المشاهدين كما تميل الصحف الصفراء إلى مثل ذلك. ولهذا السبب اهتم العلماء برسالة الفن السينمائي، وكتبوا الكثير من البحوث التي دعوا فيها إلى تمسك السينما بأهدافها الثقافية والإعلامية. ومنذ ذلك الوقت وجدنا الحكومات في جميع أنحاء العالم تعني بمراقبة السينما عنايتها بمراقبة الصحف سواء بسواء. وفي وزارات الإرشاد والثقافة موظفون عهدت إليهم الدولة القيام بهذا العمل الهام من الأعمال المتصلة بالثقافة والإعلان:

ومما لا شك فيه أن السينما مسئولة في أكثر بلاد العالم المتحضر عن انحراف الأطفال وسوء سلوك الشباب. وكل ذلك برغم ما أجرى من التجارب الكثيرة التي

أثبت بعضها صدق هذه الحقيقة بالأرقام. وأنكرتها بحوث أخرى بحجة أن الانحراف في الأطفال وفي الشباب لم يخرج عن كونه استعداداً طبيعياً فيهم. ثم أتت السينما فكشفت عن هذا الاستعداد وحاولت تغذيته وإنماءه بشكل من الأشكال. ومما لاشك فيه أيضا أن كثرة ارتياد الشبان والأطفال لدور السينما له تأثير عميق في آرائهم وأفكارهم.

ومهما يكن من شيء فإن الناس ينظرون إلى السينما في اغلب الحالات على أنها وسيلة من وسائل التسلية والترفيه. غير أن من هذه الوسائل الترفيهية ما يرتفع بالمرء إلى درجة عالية من درجات التأثر الإيجابي والانفعال بمعاني الشرف والنبل والشهامة، ويشعر الإنسان بإنسانيته كاملة أو قريبة من الكمال. ومن هذه الوسائل الترفيهية ما يهبط بالمرء إلى أدنى درجات التأثر السلبي والانفعال بالمعاني الدنيئة، وإشباع الغرائز الخسيسة، والنزول بإنسانية الفرد إلى أحط الدرجات.

لذلك أصبح الفيلم الثقافي موضع اهتمام الحكومات الحديثة كما قدمنا؛ وذلك منذ أن شعرت السلطات المسئولة في العالم المتحضر بضرورة إرشاد الجماهير عن طريق السينما، فشجعت على إنتاج هذا النوع من الأفلام، ووصلت الجمهور بآخر أنباء العلم ومخترعاته، وقصت عليه قصة الحضارة الحديثة وما أحرزته من انتصارات كثيرة، وجعلت ذلك كله جزءاً هاماً من الأفلام المسلية أو الأفلام الإخبارية أو الأفلام التاريخية ونحو ذلك.

مذاهب نشر الأفلام السينمائية

انقسم العالم الذي نعيش فيه بالنسبة للسينما إلى مذاهب ثلاثة أو أربعة:

أولها – المذهب الأمريكي الذي يرى في السينما أنها أداة من أدوات التسلية للمشاهد، والربح للمنتج. ولذلك يعني العناية كلها بالروايات البوليسية، ويصنع من المجرمين إبطالاً، ويؤثر بذلك في نفوس الشباب. أسوأ تأثير.

وثانيها – المذهب السوفيتي – وهو على النقيض من المذهب المتقدم ..

والسينما عند أصحاب هذا المذهب واسطة للثقافة، وفن ديمقراطي وشعبي. وظيفته التعبير عن أفكار الشعب وآرائه وعواطفه ومشاعره ورغباته.

والدولة في هذا النظام هي التي تفرضي الله عنه على الفنانين موضوعات خاصة. يعرضي الله عنهونها على الشاشة. ويؤمن الفنانون السوفيت بهذا التقدم ويقولون أن المدرسة الحديثة للسينما (يقصدون أنفسهم) هي التي تقوم على أسس حديثة ومدروسة، وان العهد الذي كان فيه الفيلم عبارة عن عمل فني هدفه الربح المادي قد ولى وانتهى إلى غير رجعة.

وثالثها – المذهب الذي يجمع بين المذهبين السابقين. فلا هو بالمتهافت على الربح واجتذاب الجماهير بالأفلام البوليسية وأفلام رعاة البقر واستعراض أعمال المجرمين والنظر إليهم على أنهم أبطال يمثلون أشق الأدوار على مسرح الحياة الإنسانية، ولا هو بالمتزمت الذي يحصر جهده في الأمور الجدية والثقافية والإعلامية التي ينفر الشعب من الكثير منها.

ولكنه مذهب بين بين. والأمثلة على هذا المذهب الأخير كثيرة في الأفلام السينمائية التي تنتجها البلاد الآسيوية والأفريقية.

ورابعها – مذهب يصح أن يقال عنه أنه المذهب الاشتراكي المعتدل. وهو قريب من المذهب الثالث. ولكن يزيد عليه شيئاً واحداً هو اللون الاشتراكي للفيلم. فكما تعتمد الدول الشيوعية على السينما في الترويج لمذهبها، أو في إفهامه جميع طبقات الشعب، وكما تعتمد الدول الرأسمالية – على السينما في غاية كهذه الغاية، فكذلك تعتمد الدول الاشتراكية على هذه, الأداة من أدوات الإعلام في تغذية الشعب بالمبادئ الاشتراكية وبنوع خاص إذا كانت هذه المبادئ جديدة عليه كل الجدة.

وكذلك تفعل الجمهورية العربية المتحدة في الوقت الحاضر، وربما كان الفيلم الذي عنوانه (الرسالة) مع شيء من التساهل من الأمثلة الحية على الأفلام

الاشتراكية الناجحة في الوصول إلى هذا الغرضي الله عنه.

ثم إن السينما استخدمت بعد الحرب العالمية الثانية لأغراض أخرى عدا الأغراض الإعلامية والثقافية. استخدمت وسيلة من وسائل التعليم في المدارس والمعاهد، وأحدثت بذلك انقلاباً هائلاً في تاريخ التربية. وفتحت مجالات جديدة في التعليم، وبذا استطاع الفيلم السينمائي الواحد أن يجوب بالطالب جميع أنحاء العالم، وصدق من قال أن الفيلم التعليمي هو النافذة التي يطل منها الطالب على العالم كله. وهكذا أصبح من شعارات المعلمين والمربين قولهم "تعلم في زمن قصير ما يعلمه غيرك في زمن أطول بكثير". يريدون بذلك أن يقولوا أن السينما تعطي الطلاب من المعلومات الكثيرة في وقت قصير جداً ما لا يعطيه الكتاب من المعلومات في وقت أطول.

و نعود إلى الحديث عن رقابة الدولة للسينما فنقول عن هذه الرقابة أنها رقابة وقائية في أكثرها. والغرضي الله عنه منها صيانة الشباب من الانحراف. ولذلك فرضي الله عنهت الولايات المتحدة نفسها رقابة رسمية على إنتاج الأفلام – ثم تحولت هذه الرقابة الحكومية بعد ذلك إلى رقابة ذاتية – أي رقابة السينما نفسها بنفسها، وذلك على أساس من دستور وضعه مكتب الرقابة الذاتية بالولايات المتحدة.

وفي إنجلترا رقابة على الأفلام ترك فيها الأمر للمناقشة المباشرة بين الجمهور الانكليزي وصانع الفيلم. وفي إنجلترا أيضاً مكتب للرقابة – الذاتية أو مجلس لهذه الرقابة وليس لهذا المكتب أو المجلس قانون مكتوب. ومع ذلك فله مبادئ غير مكتوبة يسير عليها. ولذلك نرى الرقيب الانجليزي على الأفلام يسأل نفسه دائماً هذه الأسئلة الثلاثة وهي:

١– هل من المحتمل أن يفسد الفيلم المستوى الأخلاقي العام للجمهور، وذلك عن طريق التقليل من بشاعة الجريمة، أو عن طريق التساهل في القيم الاجتماعية؟

٢– هل من المحتمل أن تسيء القصة أو الحادثة أو الحوار إلى الجمهور المتزن في

تفكيره؟

٣- ما تأثير القصة أو الحوار أو الحادثة على الأطفال من مختلف الأعمار؟

وتتفق الرقابة الذاتية في الدول المتحضرة في عصرنا هذا على طائفة من المبادئ تحاول العمل بها قدر المستطاع منها ما يلي:-

١- المحافظة على كرامة الأسر والبيوت والابتعاد ما أمكن عن ذكر العورات والعلاقات الجنسية المحرمة ونحو ذلك.

٢- الإعراض عن ذكر الشذوذ الجنسي والاختلاط المحرم ونحو ذلك.

٣- تحكيم الذوق في المناظر الخاصة بخلع الملابس أو عرضي الله عنه غرف النوم وما إليها.

٤- الإعراض عن مناظر القتل بطريقة الشنق أو الكهرباء أو الأعمال الوحشية.

وهكذا نجد أن تأثير السينما أقوى ما يكون على السلوك والأذواق. وهما مظهران من مظاهر الرأي العام لا محالة. والأفلام السينمائية في هذا التأثير أشبه ما تكون بالقصة. ونحن نقرأ القصص في الحقيقة لكي نغير شيئاً من آرائنا، وأفكارنا، وأذواقنا ومعلوماتنا شيئاً فشيئاً. أي أن هذا التغيير أو التعديل إنما يتم ببطء. ومع ذلك فقد تنجح قصة واحدة في هذا التغيير والتبديل. وقد لا تنجح قصص عديدة في الوصول إلى هذه النتيجة. وكذلك الشأن مع الفيلم السينمائي. فهناك الأفلام التي يخرج منها المشاهدون في شبه ثورة عقلية على وضع معين أو رأي معين. وهناك الأفلام التي تبعث في المشاهدين نوعاً من الإصرار على وضعهم القديم أو رأيهم القديم بعد أن رأوا مساوئ الوضع الجديد الذي تعرضي الله عنه الأفلام السينمائية وهكذا.

الباب الثاني

الإعلام

الفصل الأول

الإعلام ووسائله

تعريف الإعلام

الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

معنى ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي الإقناع بنشرها وذلك عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك.

أجل .. يقوم الإعلام على الأرقام والإحصاءات ولكن بشرط أن تقدم هذه الأرقام والإحصاءات كاملة غير منقوصة. وهنا نلفت النظر إلى التحريف أو التزييف أو العبث الذي يقع في هذه الأرقام والإحصاءات والحقائق والمعلومات، وذلك من بعض المغرضي الله عنهين الذين يقومون بهذا الزيف أو العبث لغاية في أنفسهم!

على حين أن رجل الإعلام بالمعنى الصحيح يجب أن يقدم الأرقام الصحيحة والإحصاءات الدقيقة في الموضوع الذي يريد أن ينقله إلى الآخرين.

من أجل ذلك قلنا في كتاب (الإعلام له تاريخه ومذاهبه) أن أوضح تعريف للإعلام حتى الآن هو التعريف الذي وضعه العالم الألماني "أوتوجروت" حيث قال: "الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت[1]".

---

(1) عبد اللطيف حمزة. الإعلام – له تاريخه ومذاهبه ص ٢٣.

فالإعلام تعبير موضوعي. ومعنى ذلك أنه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الصحفي أو المذيع أو رجل السينما أو التلفزيون. وإنما هو تعبير موضوعي خالص بمعنى أنه يقوم على الحقائق أو الأرقام والإحصاءات أو عليها معاً إذا لزم الحال.

عناصر الإعلام

وللإعلام عناصر ثلاثة وهي:

١- عنصر المرسل.

٢- عنصر المستقبل.

٣- عنصر الأداة أو الوسيلة.

فالمرسل (بكسر السين) هو صاحب الرسالة الإعلامية. أو الجهة التي تصدر عنها هذه الرسالة. سواء كانت هذه الجهة هي الحكومة أو الشركة أو الهيئة أو النادي أو الفرد أو الجماعة.

والمستقبل (بكسر الباء) هو من توجه إليه الرسالة الإعلامية سواء كان فرداً أم جماعة.

والأداة أو (الوسيلة) هي ما تؤدي به الرسالة الإعلامية، سواء كانت هذه الأداة هي الصحيفة، أو الإذاعة، أو التلفزيون، أو الخطبة، أو المؤتمر، أو الوكالة الخاصة بنشر الأنباء، أو السوق، أو المعرضي الله عنه، إلى أخر هذه الوسائل الإعلامية المعروفة، كما سيأتي ذكر ذلك.

أثر عن اليونان أنهم كانوا يقولون:

إن الأمة لا تقوى على المحافظة على حريتها إذا اتسعت اتساعاً كبيراً يصعب معه اتصال الشعب بحكامه، ذلك أنه يجب أن يجتمع الناس كلهم في ساحة من الساحات العامة في المدينة، ويستمعوا إلى أقوال قادتهم وزعمائهم. وبغير هذه الطريقة يصبح الشعب عاجزاً عن الاطلاع على أحوال. الحكومة، عاجزاً عن مراقبة الحكام.

وفي العصر الحديث لم يعد في استطاعة الجماهير الغفيرة في الأمم الكبيرة أن يجتمعوا بكامل هيئاتهم وأعدادهم في الساحات أو الميادين العامة كما كان الشأن في روما أو أثينا أو في مكة أو المدينة. غير أن الملايين من هذه الجماهير أصبحت قادرة في الوقت الحاضر على أن تجتمع كل صباح ومساء حول أعمدة الصحف، أو أجهزة الراديو أو التلفزيون. ومن ثم كانت لهذه الوسائل الحديثة أهمية كبيرة، وندع هذه الوسائل الحديثة مؤقتاً لنتكلم أولاً عن:

وسائل الإعلام القديمة

سبق لنا كذلك في الكتاب الذي سبقت الإشارة إليه أن استعرضي الله عنهنا على عجل وسائل الإعلام التي عرفها البشر إلى يومنا هذا. والحق أن وسائل الإعلام التي عرفتها العصور المتقدمة لم تكد تخرج عما يلي:-

الشائعات، والحفر على الأحجار والأشجار والأعمدة المنصوبة في المعابد أو الميادين العامة، وكان التجار الذين ينتقلون من مكان إلى مكان يحملون معهم الأخبار، كما وكان المنادون الذين يتجولون في عرضي الله عنه البلاد وطولها لنشر الأخبار، وإعلان أوامر الحاكم. كان جمع هؤلاء يعتبرون كذلك من وسائل الإعلام في تلك الأزمنة، ويضاف إلى جميع الوسائل المتقدمة وسيلة هامة، هي وسيلة الاتصال الشخصي.

ثم ظهرت المطبعة فكانت هي الفاصل الحقيقي بين العصور القديمة والعصور الحديثة من حيث الإعلام. ذلك أن المطبعة أمدت العالم الحديث بوسائل إعلامية جديدة، منها الكتب والنشرات ثم الصحف في نهاية الأمر.

وسنتحدث -كما قلنا- أولاً عن أهم وسائل الإعلام القديمة. ونقل منها بعد ذلك إلى الكلام عن وسائل الإعلام الحديثة. فمن الوسائل القديمة ما يلي:-

القصيدة الشعرية

كانت القصيدة الشعرية أول ما عرفه العرب وغير العرب من وسائل الإعلام،

وكانت الأداة الوحيدة للتعبير عن رأي القبيلة في العصر الجاهلى. فلما جاء الإسلام لعبت قصائد الشاعر الإسلامي (حسان بن ثابت) دورها في مناصرة صاحب الدعوة. ثم في عصر بني أمية وجد ما يسمى (بالشعر السياسي). وعلى الشعراء السياسيين من أمثال جرير والفرزدق والأخطل والراعي وذي الرمة اعتمد خلفاء بني أمية في كثير من قضاياهم السياسية. ثم في العصر العباسي ظهرت عصبية من نوع آخر اسمها "الشعوبية، وحلت محل العصبية القبلية. وتحمس الشعراء الشعوبيون للأمم أو الأجناس التي ينتمون إليها. كما ظهرت في العصر العباسي عصبيات من نوع ثالث، هي العصبيات المذهبية: فهذه فرقة دينية تتعصب لمذهب أهل السنة، وهذه فرقة دينية تتعصب لمذهب المعتزلة، وهذه فرقة دينية تتعصب للشيعة أو لآل البيت. وكان من شعرائها الكميت ودعبل الخزاعي وديك الجن. ثم هذه فرقة دينية تتعصب للخوارج، وكان من شعرائها وكتابها الطرماح. وهكذا كان لكل فرقة من هذه الفرق الدينية شعراؤها وخطباؤها والذائدون عنها ضد الفرق الدينية الأخرى.

ثم في عهود الخلافة الفاطمية والسلطنة الأيوبية وعهد المماليك – وهي العهود التي شهدت الحروب الصليبية – كان للشعر المكان الأول في ميادين الإعلام والدعاية. وبالشعر كما بالسيف نجح الفاطميون في مصر. وبالشعر كما بالسيف نجح صلاح الدين وأولاده في محاربة الصليبيين وفي التغلب عليهم وطردهم من البلاد الإسلامية.

وبقيت للقصيدة الشعرية مكانتها ووظيفتها السياسية والاجتماعية والإعلامية والدعائية إلى يومنا هذا. ففي كل حادث هام أو موقف من المواقف السياسية والاجتماعية الخطيرة نسمع صوت الشاعر إلى جانب صوت الصحفي. وللباحث المختص أن يراجع القصائد الشعرية التي قيلت في حادث تأميم قناة السويس وحادث جلاء القوات البريطانية عن مصر، وهذا كله فضلاً عن القصائد الشعرية التي نظمها كل من شوقي وحافظ في محاربة الاحتلال البريطاني منذ وطئت أقدامه

أعِظِّهِ مصر إلى أن قامت الثورة الشعبية الكبرى في مصر سنة ١٩١٩[١].

الخطبة

أما الدور الذي لعبته الخبطة الدينية والخطبة السياسية في مجال الإعلام ومجال الدعاية في تاريخ العرب الديني والسياسي فلا يقل في خطورته عن دور القصيدة الشعرية ما لم يكن أكبر منه. والخطبة منذ ظهور الإسلام وهي الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التي اعتمد عليها صاحب الدعوة – صلوات الله وسلامه عليه – في نشر الدين الجديد وفي شرح المبادئ التي نادى بها في الجزيرة العربية.

وإذا تركنا عهد الرسول إلى عهد الخلفاء الراشدين واستمعنا إلى خطب الإمام علي – كرم الله وجهه – وجدنا أنفسنا أمام رجل يمثل درجة عالية من درجات البلاغة العربية لم يبلغها خطيب إسلامي قبله ولا بعده، باستثناء صاحب الدعوة. وقد حدث الخلاف بين علي ومعاوية فكان ذلك من الأسباب التي وصلت بخطب الإمام علي إلى هذه الذروة.

ونترك عهد الخلفاء الراشدين إلى الدولة الأموية فنجد أنفسنا كذلك إمام خطباء من أشهرهم رجلان هما زياد بن أبيه والحجاج بن يوسف الثقفي. وكان كل منهما شديد اللهجة في مخاطبة العراقيين. كما كان أحدهما – وهو الحجاج – قد أدخل العنصر المسرحي في خطبته، فحين أراد أن يخطب العراقيين صعد المنبر وهو ملثم بلثام. وبقي على ذلك مدة أثار في إثنائها عجب الحاضرين في المسجد. وجروء بعضهم فقال للحاضرين أأحصبه لكم؟ وهنا حسر الحجاج اللثام عن وجهه وبدأ خطبته المشهورة بقوله:

أنا ابـــن جـــلا وطـــلاع الثنـــايا   مـــتى أضـــع العمامـــة تعرفـــوني

([١]) عبد اللطيف حمزة، مستقبل الصحافة في مصر، الجزء الأول خاصاً (بالأدب والصحافة)، الفصل الذي عنوانه – القصيدة الشعرية والصحافة المصرية.

فأخاف بذلك أهل العراق وألقى الرعب في قلوبهم واستقامت له – أحوالهم.

وتوالي الخطباء بعد الحجاج حتى جاء يوم صعد فيه بعضهم على المنبر وخاطب أهل العراق قائد لهم:" ألا أنكم كنتم تلقبون كل واحد من أمرائكم بلقب تعرفونه به، ألا فأعلموا أن لي لقباً أحب أن أعرف به فأنا (الجزار) !

ثم نصل إلى العهد العباسي فنجد الخطبة العباسية تقل في منزلها عن الخطبة الأموية، ونجد القصيدة تعود إليها مكانتها القديمة. ومع هذا وذاك فقد كانت القصيدة والخطبة تتعاونان على القيام بوظائف الإعلام والدعاية للدولة العباسية على أحسن وجه.

وتسير بنا عجلة التاريخ إلى عصر الحروب الصليبية فنرى الخطب الدينية السياسية قد بلغت أوجها في إثارة المشاعر وتهييج الخواطر، وفي التهيئة للحرب. فإذا كان النفير العام للقتال فهنا ينتشر الخطباء في الجوامع الكبرى في كل من القاهرة ودمشق أو القدس وذلك لتحميس الشعب العربي الإسلامي وتهيئته للجهاد في سبيل الله. حتى إذا انتصر الجيش الإسلامي بقيادة نور الدين أو صلاح الدين تسابق الخطباء إلى إلقاء الخطب التي كان أشهرها وأروعها إذ ذاك ما يلقى في جامع المسجد الأقصى. كما ونجد الشعراء في نفس الوقت يتسابقون كذلك إلى نظم القصائد في تهنئة نور الدين أو صلاح الدين أو أبنائه ممن أبلوا بلاءً حسناً في محاربة الصليبيين. وقد عرفت القصائد التي نظمت في تهنئة صلاح الدين بانتصاراته على الصليبيين في يوم حطين باسم مشهور في تاريخ الأدب العربي هو: "القدسيات[1]".

ثم تسير بنا عجلة التاريخ كذلك فتصل هذه المرة إلى العصر الحديث، إلى عصر الثورات الشعبية التي قامت في بعض بلاد الشرق الأوسط – ومنها على سبيل المثال – الثورة الشعبية الكبرى لمصر سنة ١٩١٩ بزعامة سعد زغلول. وفي هذه الثورة ظهر عدد من الخطباء السياسيين – وعلى رأسهم سعد زغلول – مازالت خطبهم ترن

---

(1) راجع كتاب الحروب الصليبية، وكتاب صلاح الدين بطل حطين. وهما للمؤلف.

في آذاننا إلى اليوم.

قيل عن سعد زغلول أنه ذهب مرة إلى حيث قتل أحد الشبان في مظاهرة سياسية. وحين وصل إلى هناك غمس منديله في دم القتيل. ثم نادى في جمهور المتظاهرين قائلاً: أتدرون من هو الذي يحمل وزر هذا الدم؟ أنه عدلي يكن!

وبهذه الحركة المسرحية بلغ الخوف ذروته في قلوب العدليين من أنصار عدلي. كما بلغت الجرأة مبلغها في قلوب السعديين من أنصار سعد[1].

وقل مثل هذا في الثورات الشعبية التي قامت بها الأقطار العربية الأخرى ضد الاستعمار ومنها – على سبيل المثال – ثورة الشعب السوري ضد الاحتلال الفرنسي، وثورة الشعب العراقي ضد الاستعمار البريطاني.

الحق – إن الخطبة كانت وستظل – أداة خطيرة من أدوات الإعلام لا يمكن الاستغناء عنها أو زحزحتها عن مكانتها الكبيرة بين الوسائل الإعلانية الأخرى.

أتدري ما هي الحكمة في أهمية الخطبة السياسية باعتبارها وسيلة من وسائل الإعلام؟

إن الحكمة في ذلك هي حاجة الحكام في كل زمان ومكان إلى التحدث إلى الشعب. بل إن الحكمة في ذلك أن الخطة تعتبر مظهراً من مظاهر الاتصال الشخصي الذي هو أخطر وسائل الإعلام قديماً وحديثاً[2].

ذلك أن من أبرز السمات التي تسم بها المجتمعات الحديثة أن الحكام مسوقون فيها إلى الكلام، مضطرون إلى شرح نياتهم، وبيان أعمالهم. ولا يملكون أن يضربوا صفحاً من تبرير مسلكهم .. وكل سياسة في عصرنا إنما هي حوار لا نهاية له بين الحاكم والمحكوم.

---

(1) محمد حسين هيكل، مذكرات في السياسة المصرية (بتصرف) ص ٢٢٢.

(2) في خاتمة هذا الكتاب إشارة إلى (الاتصال الشخصي) باعتباره وسيلة إعلامية.

على أن السمة الحوارية لا تقتصر على القرن الذي نعيش فيه، فما من سياسة حفلت بالمحاورات أكثر مما حفلت به السياسة الأثينية القديمة. وقد احتفظت بآثارها في مؤلفات أفلاطون. وما من مؤرخ وضع خطبة مشحونة بكثير من المعاني أكثر من توسيديدوس ..

غير أن لحوار المجتمعات الحديثة مع ذلك شيئاً نختص به، وهو أن كلام الحكام يتجه من الآن فصاعداً إلى الناس كافة، وذلك بالطبع عن طريق الخطب التي يلقيها القادة على عدد من أفراد الشعب. ثم تتولى الصحف والإذاعة نشر هذه الخطب على بقية أفراد الشعب. وبذلك جنحت المجتمعات الحديثة إلى توسيع الحوار السياسي حتى شمل الناس كلهم. وبهذه الطريقة تنجح المجتمعات الحديثة في إعطاء "المواطنة" صفة شاملة وتجعل في نهاية أعطاف جميع أعضاء الجماعة مواطنين ذوي فعالية[1].

المنادي

كان النداء وسيلة لنشر الأخبار في العصور القديمة. ومازال إلى اليوم في بعض البلاد العربية كسوريا وغيرها. وشهد الناس في تلك العصور القديمة (المنادي) وهو يتجول في المدينة عرضي الله عنهاً وطولاً. وكثيراً ما كان المدينة الواحدة منادون كثيرون في وقت واحد. واستمرت هذه العادة في بعض البلاد العربية إلى منتصف القرن العشرين بالرغم من وجود الصحف والراديو وغيرها من وسائل الإعلام.

وقد كان يعهد إلى المنادي بإذاعة الأوامر الحكومية وبعض قوانين الدولة وبعض الأخبار العسكرية. وكان على المنادي أن ينبئ عن وصول الحاكم الجديد للإقليم أو الولاية. كان يعهد للمنادي كذلك إذاعة المواعيد التي حددتها الحكومة للأعياد الدينية ونحوها. كما كان على المنادي كذلك أن يذيع نبأ وفاة عظيم من عظماء الدولة. وكان عليه أن يخبر بوصول السفن الحربية ورحيلها عن الموانئ العربية.

---

(1) حسن الحسن / الإعلام والدولة / ص ٢٣٦ (بتصرف).

ومثل طريقة (المنادي) وجدنا طريقة أخرى للإعلام وهي طريقة (المآذن)، ومن أعلاها كان المؤذن ينشر خبر وفاة أمير من الأمراء أو كبير من الكبراء، أو قائد حربي له شهرته في ميادين القتال، أو زاهد متصوف كبير من الزهاد والصوفية. وكان على المؤذن أن ينوه بشيء من كراماته. وكان عليه في كل حالة من هذه الحالات أن يشيد بمناقب الفقيد، وذلك بعد الفراغ من تسبح الله وحمده والسلام على نبيه.

ولعل أخطر ما كان يقوم به المنادون في العصور القديمة أنهم كانوا ينادون بالنفير العام "التعبئة العامة" أو الدعوة للقتال إذا لزم الأمر ذلك. وفي هذه الحالة يذيع المنادون (أو المؤذنون في المساجد) بعض الأحاديث النبوية الشريفة في موضوع الجهاد في سبيل الله.

الحق – لقد كانت للمنادي وظيفة إعلامية بالغة الأهمية في العصور القديمة، ولم يكن بالإمكان الاستغناء عنه في كل بيئة من البيئات العربية بحال ما.

البعثات

ولا نستطيع أن نترك الحديث عن وسائل الإعلام القديمة دون أن نذكر هذه الوسيلة التي عرفها القدماء منذ ظهور الإسلام، واعتمد عليها صاحب الدعوة اعتماداً كبيراً. ونعني بهذه الوسيلة الأخيرة "البعثات" ومن أوضح الأمثلة عليها بعثات الرسول صلوات الله عليه وسلامه إلى النجاشي ملك الحبشة وإلى كسرى ملك الفرس، وقد كانت هذه البعثات النبوية حركة إعلامية من أخطر ما عرف التاريخ، وهي من أجل ذلك تستحق دراسة خاصة من جانب العارفين معرفة جيدة بالتاريخ الإسلامي والثقافة الإسلامية.

إن مما لا شك فيه أن الإسلام كان ثورة من أعظم الثورات التي تعرضي الله عنه لها تاريخ البشرية إن لم تكن أعظمها على وجه الإطلاق. ومما لا شك فيه أن هذه الثورة كانت بحاجة كبيرة إلى جهود عظيمة في ميدان الإعلام والدعاية، غير أن الإسلام لم يعرف في أية مرحلة من مراحله التاريخية لفظ "الدعاية" وإنما كان يعرف

لفظاً واحداً فقط هو لفظ "الدعوة الإسلامية". وكان المسلمون الأولون ينشرون هذه الدعوة بطريقين لا ثالث لهما، هما طريق السيف من جهة، وطريق الإقناع بصوره المختلفة من جهة ثانية. وكانت البعثات النبوية صورة من الصور التي اعتمد عليها نشر الدعوة الإسلامية، ولذلك عنى بها صاحب الرسالة، واختار لها كبار الصحابة.

وفي رأينا – والقياس هنا مع الفارق البعيد – أن الزيارات الرسمية وغير الرسمية مما نعرفه من وسائل الإعلام الحديثة تعتبر شكلاً من أشكال. البعثات. وإن كان القياس هنا مع الفارق البعيد كما قلنا.

ومن الأمثلة عليها الزيارات التي دبرتها جامعة الدول العربية إلى منطقة الخليج العربي عام ١٩٦٤ للتحدث مع رؤساء العشائر .. وسنعود بعد قليل إلى الحديث عن الزيارات وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة.

ترى لماذا ضربنا المثل هنا بالقصيدة والخطة والمناداة والبعثات من وسائل الإعلام القديمة بالذات واكتفينا بذلك؟

ليس لهذا من سبب في الواقع سوى أن الكتب التي نتحدث عن الإعلام إلى وقتنا هذا تغفل النظر في هذه الوسائل الأربع المتقدمة. ولم تبدأ العناية بعد بالإعلام الإسلامي بالمعنى الصحيح كما يمكن أن نفهمه من خلال. الكتب التاريخية الإسلامية لمؤرخين معروفين من أمثال الطبري وابن الأثير وأبي شامة (صاحب كتاب الروضتين في أخبار الدولتين النورية والصلاحية) وغيرهم. أما بقية الوسائل الإعلامية القديمة كالكتاب والمناظرة والندوة فقد بحثها الدارسون أو أشاروا إليها[1]. فلننتقل من ذلك إلى الكلام عن:

وسائل الإعلام الحديثة

كانت المطبعة بحق هي الفاصل الحقيقي – كما قلنا – بين العصور القديمة

[1] أنظر كتاب (الإعلام له تاريخه وتراجعه) للمؤلف – الفصل الثاني بعنوان: تحليل وسائل الإعلام.

والعصور الحديثة من حيث الإعلام. أو بمعنى آخر كانت المطبعة ثورة حقيقية نقلت الإعلام كله من طور إلى طور.

ثم بدأت الثورة الثانية من ثورات الإعلام بظهور أداة جديدة من أدواته ونعني بها (وكالات الأنباء). وأخيراً حدثت الثورة الثالثة والأخيرة في مجالات الإعلام بظهور المخترعات الحديثة. ومنها السينما والراديو والتلفزيون. ولا ندري ماذا يخبئ لنا المستقبل من وسائل الإعلام فوق ما أشرنا إليه.

من أجل ذلك نقف أمام الوسائل الآتية وهي:-

١- الصحافة.

٢- وكالات الأنباء.

٣- الراديو.

٤- التلفزيون.

٥- السينما.

ونضف إلى الوسائل السابقة ما يلي:-

٦- المعرضي الله عنه.

٧- المؤتمرات الصحفية.

٨- الزيارات الرسمية وغير الرسمية.

وأخيراً نقف في نهاية المطاف عند وسيلة إعلامية ظهر خطرها منذ أوائل هذا القرن ونعني بها:

العلاقات العامة

والمقصود بها فن الاتصال بالجماهير التي تعني بها مؤسسة من المؤسسات الأهلية، أو مصنع من المصانع الكبيرة المعروفة، أو هيئة أو دائرة من الهيئات أو الدوائر التي تتألف منها الحكومة، أو جمعية من الجمعيات تهدف إلى جلب الخير لعدد

كبير من أفراد المجتمع ونحو ذلك.

يجدر بنا إذن أن نقف وقفات قصيرة عند كل واحدة من هذه الأدوات الإعلامية الحديثة. ولكن ليس معنى ذلك أن العصر الحديث لا يعرف غير هذه الأدوات. كلا – فهناك الكتاب والندوة والمسرح والتيليبرنتر (أو الكتابة اللاسلكية للأخبار) وغير ذلك.

الصحافة

لماذا يقرأ الناس الصحف في أغلب الأحيان؟ أنهم يقرؤونها للاطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على أحوال العالم المحيط بهم. ويقرؤونها كذلك للاطلاع على أخبار العلوم والمخترعات بدافع الرغبة في حب الاستطلاع. ويقرؤونها أيضاً لمعرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام ولكي يكونوا على اتصال بالمناقشات اليومية التي تدور حول هذه القضايا، ويقرأ الناس الصحف آخر الأمر لمجرد التسلية والإمتاع بما فيها من طرائف خبرية، ونوادر أدبية ونحو ذلك.

تلك هي الأغراض التي من أجلها يقرأ المواطنون في كل بقعة من بقاع الأﷺ ما لديهم من الصحف.. أما الأغراض التي تهدف إليها الحكومات أو الدول من وراء الصحف فتظهر من أن الحكومات الرأسمالية كالحكومات الاشتراكية تتخذ من الصحافة سلاحاً قوياً للدفاع عن أفكارها السياسية التي تميزها عن الحكومات الأخرى.

وفي ذلك يقول أحد زعماء المذهب الشيوعي – وهو هنا خروشوف، الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس، ونحن نوجب عليها أن تنكل بخصوم الطبقة العاملة وأعداء العاملين جميعاً في المجتمع الشيوعي. وإذا كان الجيش لا غنى له في القتال عن السلاح فكذلك (الحزب الشيوعي الواحد) لا يستطيع أن يقوم بأعماله في الميدان الفكري أو الأيديولوجي بغير سلاح الصحافة.

وللصحافة الحديثة مشكلاتها العديدة، غير أن جميع هذه المشكلات إنما تنبع

من شيء واحد فقط هو ما يسمى "بحرية الصحافة". فالواقع أن الصحف في أية بقعة من بقاع العالم الحديث لا تستمع بحريتها الكاملة في نقد الحكومة أو المجتمع. وإن كانت الحرية الصحفية في الدول الرأسمالية أظهر منها في الدول الاشتراكية.

وهناك فرق بين المطالب التي يضغط الشعب بها على الصحف، والمطالب التي تضغط بها الحكومة على هذه الصحف. فالقراء، لا يضغطون على الصحف إلا من ناحية واحدة فقط هي رغبتهم في تنويع المواد التي تقدمها الصحف. وفي هذا السبيل تشقى الصحف شقاء كبيراً لإشباع رغبات الجماهير.. أما الحكومات فإنها تضغط على الصحف لأغراض سياسية وأخرى ذاتية أو شخصية. ومن أجل ذلك وجدنا الأستاذ هارولد لاسكي فيلسوف حزب العمال البريطاني ينصح طلبة الصحافة في مقدمة كتابه (الصحافة والشؤون العالمية) بالنصائح الأربع الآتية:

أولاً – يجب عليكم أن تدركوا تمام الإدراك أنه لا توجد حكومة في العالم لا تعمل على توجيه الأنباء الوجهة التي تخدم مصالحها.

ثانياً – يجب أن تدركوا كذلك أن هناك هيئات كثيرة تعمل في جمع الأنباء وتحاول تلوين بعضها باللون الذي تمليه عليها الأهواء والأغراض والتحيزات ونحو ذلك.

ثالثاً – يجب أن تدركوا كذلك أن المراسل الخارجي – وهو رجل له وزنه الخاص للأمور – كثيراً ما تضطره الظروف إلى تلوين الأخبار التي يبعث بها إلى صحيفته وتحريفها كذلك.

رابعاً – يجب عليكم أن تدركوا تماماً أن هيئة التحرير في كل صحيفة بحجة السياسة التي تتميز بها عن بعض الصحف الأخرى تقوم باختيار الأخبار على أساس الهوى والغرضي الله عنه. ثم تقوم بتحرير هذه الأخبار بطريقة تتفق وهذه السياسة.

تلخص من ذلك كله إلى أن الحرية الصحفية لا وجود لها في الوقت الحاضر. كما نخلص من ذلك أيضاً إلى أن هذه الحرية الصحيفة لو صح أنها وجدت في صحافة

اليوم فإنها تكون مهددة بأخطار كثيرة، منها ما يأتي من جانب الحكومة، ومنها ما يأتي من جانب الصحف ذاتها، وأقلها وأيسرها خطراً ما كان من جانب الجمهور القارئ. وقد قلنا أن هذا الجمهور القارئ قلما يطلب شيئاً أكثر من تنويع المادة الصحفية ذاتها.

لهذا السبب ولأسباب كثيرة أخرى سبق لنا أن ناقشناها في كتاب (أزمة الضمير الصحفي) قلنا أن الشك أخذ يدب في صدور القراء من ناحية الصحف وذلك عقب الحرب العالمية الثانية. ويقال أن نجاح الرئيس روزفلت في انتخابات الرئاسة بين عامي ١٩٣٢ – ١٩٤٤ كان دليلاً على أزمة الثقة بين الشعب والصحافة. فقد ظهر أن ٨٠٪ من الصحف الأميركية جاهرت بعدائها لروزفلت غير أنها كانت في ذلك غير معبرة عن اتجاهات الشعب الأميركي الذي أصر على انتخاب روزفلت.

ولكن هل معنى ذلك أن الصحافة لا تعتبر وسيلة ناجحة من وسائل الإعلام والتأثير في الرأي العام؟ كلا – فإننا لا نستطيع بحال من الأحوال أن نستغني عن الصحف والحريصون منا على معرفة الحقيقة يوجبون على أنفسهم أن يقرؤوا عدة صحف في وقت واحد. ذلك أن دواء الصحف في دائها غالباً. والخطأ الذي تقع فيه صحيفة من الصحف تصلحه صحيفة أخرى. والصواب دائماً يقع بين طرفين. وهذا هو شأننا كذلك مع الراديو. فان الاستماع إلى إذاعة واحدة لا يأتي بنفس النتيجة التي تكون بالاستماع إلى عدة إذاعات في آن واحد.

إن الصحافة هي منبر الرأي العام – لا جدال في ذلك. والصحافة هي أقدر وسيلة من وسائل الإعلام على مناقشة الآراء والمسائل العامة في كل مجتمع. ومن الحقائق التي نؤمن بها كذلك تلك الحقيقة التي تقول "إن لكل مجتمع صحافته التي يستحقها"

والصحافة في ذاتها صناعة وتجارة ورسالة، وهي جزء هام من الجهاز السياسي لكل دولة. وهي في الوقت نفسه أداة هامة في بناء المجتمعات، ومقياس لحضارة الأمم

على اختلافها، والصحافة مسئولة كذلك عن تثقيف الجماهير، مسئولة عن الأخلاق العامة للمواطنين، مسئولة في نهاية الأمر عن السلام العالمي، وقادرة على تحقيقه متى خلصت النية في ذلك.

بل إن الصحافة في نظر المفكرين هي المسئولة عن مستوى المعيشة في البلاد التي تصدر فيها، مسئولة عن الأمراض التي تعاني منها هذه البلاد.

(والخلاصة) أن الصحافة ليست مهنة فحسب، وإنما هي حياة أيضاً فالذي يختار الصحافة لا يختار مهنة للكسب فقط ولكنه يختار حياة كلها جهاد وكفاح من أجل المجتمع[1].

من هنا جاءت أهمية الصحافة. ومن هنا كانت لها هيبتها في المجتمع تلك الهيبة التي عبر عنها نابليون حين قال "إنني أرهب صرير الأقلام أكثر مما أرهب دوي المدافع". وفي ذلك يقول السياسي الكبير مترنيخ أن نابليون مدين للصحافة بجيش قوامه ثلاثمائة ألف جندي على الأقل[2].

وكالات الأنباء

حدثتنا الكتب أن تاريخ وكالات الأنباء إنما يرجع إلى سنة ١٨٣٥ وهي السنة التي ولدت فيها وكالة أنباء هافاس.

وهافاس هذا شاب فرنسي أنشأ له مكتباً في باريس لجمع الأنباء. واضطره ذلك إلى أن يقوم برحلة كبيرة زار فيها أكثر العواصم الكبرى في القارة الأوروبية. وتعاقد مع مراسلين له في كل عاصمة من هذه العواصم. وكانت الطرق التي اعتمد عليها في توصيل الأخبار إلى مكتبه الأصلي في باريس لا تكاد تتجاوز البريد، والحمام الزاجل، والأشخاص الذين يبعث بهم هافاس إلى تلك البلاد لكي يجمعوا بأنفسهم الأخبار ثم يعودوا إلى هذا المكتب الرئيس في مدينة باريس حيث يقومون بصياغة هذه الأخبار ثم

(1) عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي، ص ٢٥ – ٣١.

(2) الصحفي المحترف لجون هوهنبرغ ترجمة فؤاد مويساني، ص ٦.

توزيعها على المشتركين ورجال السلك الدبلوماسي وكبار التجار ورجال المال وغيرهم.

والغريب أن الصحف في ذلك الوقت حين عرضي الله عنه عليها هافاس أن يمدها بالأخبار قابلت ذلك بالرفض التام. وحجتها في ذلك أن المقال كانت له السيادة العظمى على الصحف حينذاك[1].

ولم تمض أكثر من سنة واحدة على هذا الوضع حتى أدركت الصحف أنها أخطأت في ذلك. ومال القراء إلى الأخبار. وكان على الصحف أن تشبع ميولهم من هذه الناحية. وهكذا استطاع هافاس في زمن يسير أن يحقق بوسيلته هذه توثيق الروابط بين باريس ولندن وبروكسل وروما وفينا ومدريد وكثير من المدن الألمانية الكبيرة.

وكالات الأنباء العالمية

المعروف أن هذه الوكالات العالمية ست إلى الآن، وهي:-

١- وكالة فرانس أجنس الفرنسية (هافاس سابقاً).

٢- وكالة رويتر الإنجليزية.

٣- وكالة تاس السوفيتية.

٤- وكالة الأسوشيتد بريس الأميركية.

٥- وكالة اليونايتد بريس الأميركية أيضاً.

٦- وكالة الانترناشونال نيوز سرفيس الأميركية كذلك.

وهناك حقيقة هامة لا ينبغي أن يغفل عنها رجال الإعلام، وهي أن جميع الوكالات العالمية للأنباء تترك أثرها واضحاً في توجيه الرأي العام العالمي. ومن المستحيل في الواقع أن تكون هذه الوكالات العالمية محايدة في عرضي الله عنه الأنباء.

---

(1) اليونسكو، الكتاب الخاص بوكالات الأنباء، ط - باريس ١٩٥٤.

وذلك ما دعا إلى إنشاء وكالات الأنباء المحلية ومنها (وكالة أنباء الشرق الأوسط) في الجمهورية العربية المتحدة وذلك في شهر يناير ١٩٥٦. وألقت الحكومة على هذه الوكالة طائفة كبيرة من المسؤوليات بما تتفق والمجتمع الجديد الذي تحاول حكومة الثورة أن تتولى بناءه على أساس من الاشتراكية الديمقراطية التعاونية[١].

ومهما يكن من شيء فإن الفرق عظيم بين الوكالة العالمية والوكالة المحلية التي ضربنا لها مثلاً بوكالة الشرق الأوسط. ويتمثل هذا الفرق في ضخامة الخدمات الإعلامية التي تقدمها الوكالة العالمية وفي المدى البعيد الذي يمتد توزيعها، وفي عدد العملاء الذين يشتركون في هذه الوكالة، وفيما تملكه من تسهيلات في وسائل الإرسال والاتصال ونحو ذلك. على حين أن نشاط الوكالة المحلية ينحصر أو يكاد في نطاق البلد الذي تصدر فيه هذه الوكالة. وإن كان بعض هذه الوكالات المحلية يوزع نشرات منتظمة ومحدودة في الخارج تستهدف خدمة المواطنين المقيمين في البلاد الأجنبية، ولكنه لا سبيل إلى مقارنتها بالنشرات الإخبارية التي تصدرها الوكالات العالمية[٢].

ومع ما تملك هذه الوكالات العالمية من هذه الميزات التي أشرنا إليها فإن لها خطراً كبيراً يهدد الإعلام كله في البلاد العميلة. وتعني التي تصل إليها أخبار هذه الوكالات، وذلك لعدم استطاعة هذه الوكالات العالمية – كما قدمنا – إتباع الحيدة في نشر الأخبار وصياغتها وشأن الوكالة في ذلك تماماً شأن الصحف كما سبق القول في هذه القضية.

وربما كان الدواء الوحيد الذي تعالج به هذه المشكلة في الاقتراح الذي سبق أن اقترحناه في كتابنا "مستقبل الصحافة" وخلاصته أنه لابد من إنشاء (وكالة أنباء عالمية) تابعة تبعية مباشرة لمنظمة "الأمم المتحدة". والمفروض في هذه الوكالة المقترحة هو أنها تلتزم الحيدة في نشر الأخبار، سعياً وراء نشر السلام والرفاهية في شعوب

---

(١) ليرجع القارئ متى أراد إلى كتاب، الإعلام والتحول الاشتراكي للدكتور مختار التهامي، المدرس بقسم الصحافة بجامعة القاهرة.

(٢) راجع: فيل أولت / الأخبار ليلاً ونهاراً / ترجمة أحمد قاسم جودة ص ٥.

الأﷺ، وتبني خطتها الإخبارية على هذه الأسس وحدها دون غيرها.

وكما أن الصحافة مسئولة عن واجبات كثيرة منها حفظ السلام في العالم فكذلك يجب أن تكون وكالات الأنباء لها نفس الهدف خذ لذلك هذا المثل[1].

"حين حدثت أزمة الحدود بين مصر والسودان منذ أعوام قليلة أذاعت وكالة رويتر الانجليزية برقية في الهزيع الأخير من الليل مؤداها أن الجيش المصري غزا السودان. وكانت وكالة رويتر هي الوكالة الوحيدة التي انفردت بنشر هذا الخبر واختارت له توقيتاً معيناً هو الهزيع الأخير من الليل لكي تنشره الصحف السودانية قبل أن يتاح لها الوقت الكافي للتحقق من وقوع هذا الغزو أو عدم وقوعه. وكان قصد الوكالة الانجليزية من ذلك خلق حالة من التوتر أوحت بها الأوساط الانجليزية في تلك الفترة.

ليس شك أن في هذا مثلاً صارخاً من الأخبار الزائدة التي يراد بها إفساد العلاقات بين قطرين شقيقين يعيشان على نهر واحد وثقافة واحدة.

الإذاعة

إلى ماركوني ثم أديسون من بعده يرجع الفضل في اختراع الراديو. وبعد الحرب العالمية الأولى أنشأت شركة ماركوني مع (الديلي ميل) فى المدن محطة إرسال أذيعت منها حفلات موسيقية استمع لها الشعب الانجليزي لاومر مرة. غير أن هذه المحطة الإذاعية لم تستطع أن تشمل الجزيرة البريطانية كلها في ذلك الوقت. ثم تقدمت هذه الإذاعة الإنجليزية شيئاً فشيئاً حتى أصبحت تسمع في باريس وإيطاليا والنرويج وسفن المحيط الأطلسي بسهولة.

وفي سنة ۱۹۲۰ أنشأت بعض الشركات الأمريكية محطة إذاعة كبرى الولايات المتحدة. وكانت قد سبقتها إلى الوجود محطة إذاعة في موسكو. استطاعت الإذاعة

([1]) عبد اللطيف حمزة، أزمة الضمير الصحفي ص ١٦٣.

الأمريكية أن تعلن نتيجة انتخاب السيد (وارن هاردنج) رئيساً للجمهورية. وكان ذلك أول انتصار للإذاعة على الصحافة في نقل الأخبار العامة. فقد قيل أن الإذاعة سبقت الصحافة في ليلة الانتخاب. وشجع هذا النجاح شركات كثيرة على إنشاء محطات إذاعية بلغ عددها أربع محطات إرسال سنة ١٩٢١، وتسعاً وعشرين محطة عام ١٩٢٢، وثلاثمائة واثنين وثمانين محطة سنة ١٩٢٧.

وبين الحربين العالميتين الأولى والثانية أدخلت تحسينات كثيرة على الإذاعة في كل من أوربا وأميركا، وتنوعت البرامج في هذه المحطات تنوعاً كبيراً. وكان من بينها البرامج التمثيلية. ومنذ ذلك الوقت أصبح للإذاعة خطرها البالغ في مجال الإعلام. ومازال لها هذا الشأن إلى اليوم.

والمهم أن الراديو يعتبر من أقوى أجهزة الإعلام في الوقت الحاضر لأنه غير محدود بحدود الإقليم الذي يوجد فيه. على حين أن التلفزيون مازال محدوداً بالحدود الإقليمية الضيقة إلى اليوم. وفي كلامنا عن الرأي العام أشرنا إلى الإذاعة وإلى اختلاف أنظمتها وبرامجها باختلاف الحكومات والشعوب. فللإذاعة الانجليزية نظام، وللإذاعة الألمانية نظام آخر، وللإذاعة السوفيتية نظام ثالث وهكذا.

ذلك أن الدول الأوروبية الكبرى – وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية – اتجهت إلى الأخذ بنظام الإذاعة الوهمية. أي أن الإذاعة في هذه الدول اعتبرت جهازاً من أجهزة الحكومة. ولها – أي للحكومة – أن توجه هذه الإذاعة كما تشاء.

التلفزيون

منذ عام ١٩٣٠ بدأت الدول الكبرى ومن أولاها أميركا وإنجلترا وفرنسا وألمانيا والاتحاد السوفيتي طائفة من التجارب التي ساعدت على ظهور التلفزيون. وفي عام ١٩٣٦ كانت إنجلترا أولى الدول في تقديم برامج تلفزيونية بصورة منتظمة. وتبعتها الولايات المتحدة الأميركية. وفي عام ١٩٣٨ انتشر جهاز التلفزيون في أكثر المنازل في أميركا. ومنذ بداية الحرب العالمية الثانية حتى سنة ١٩٤٥ خضع جهاز التلفزيون

لتطورات كثيرة وخطيرة. وفي سنة ١٩٤٨ أصبح عدد محطات التلفزيون في أميركا أربعاً وعشرين محطة تقوم بالإرسال من إحدى وخمسين مدينة من المدن الكبيرة. ثم ارتفع عدد المحطات التلفزيونية في أميركا في سنة ١٩٥٨ إلى خمسمائة وتسع وعشرين محطة. وفي نهاية هذه السنة المذكورة بلغ عدد محطات التلفزيون في الاتحاد السوفيتي ثلاثاً وستين.

وكما تدخلت الحكومة في الإذاعة وسيطرت عليها فكذلك فعلت الحكومات بمحطات الإرسال التلفزيوني. وفي ذلك ما يدل على القيمة الكبيرة لهذا الجهاز من الناحية الإعلامية الخالصة.

ولأن التلفزيون وسيلة محلية ومحدودة بحدود الإقليم كما سبقت الإشارة إلى ذلك، فقد فكرت الحكومات والشعوب في علاج لهذه الحالة. وذلك عن طريق تبادل البرامج التلفزيونية، سواء كانت هذه البرامج إخبارية أو تعليمية أو تمثيلية أو غنائية، ولهذه الغاية أنشئ اتحاد أوربي للإذاعات سنة ١٩٥٧ باسم (الاوروفزيون) يضم اثنتي عشرة دولة أوربية هي – ألمانيا والنمسا وبلجيكا والدانمرك وفرنسا وايطاليا ولوكسمبرج وموناكو وهولندا وانجلترا والسويد وسويسرا، ويعمل (الاوروفيزيون) تحت إشراف لجنة البرامج التابعة للاتحاد الأوربي للإذاعات، ومقر هذه اللجنة مدينة جنيف وتعمل هذه اللجنة على الشكل التالي:–

ترسل كل محطة من محطات الدول المذكورة برامجها التلفزيونية التي أنتجتها إلى مركز لجنة البرامج وهي اللجنة التي تستقبل هذه البرامج وترسلها إلى الدول الأعضاء لتأخذ علماً بنوعيتها وموضوعاتها. ثم تجمع الأجوبة التي ترد إلى اللجنة من هذه الدول حول البرامج التي تفضلها الدولة على غيرها، وحول اللغة التي تستعمل في هذه البرامج عند تقديمها .. الخ[1].

وفي البلاد العربية في الوقت الحاضر تعاون وثيق بين محطات الإذاعة والتلفزيون

---

(1) حسن الحسن، الإعلام والدولة، ص ١٨٨ – ١٨٩.

على اختلافها. فنجد هذه المحطات كثيراً ما تبادل البرامج الإذاعية والتلفزيونية فيما بينها بصورة قوية.

وفي شهر سبتمبر (أيلول) سنة **١٩٦٤** عقد مؤتمر خاص بتطوير التلفزيون في القارة الأفريقية. وقامت هيئة (اليونسكو) تنظيم هذا المؤتمر في (لاجوس). وحضر المؤتمر طائفة من الخبراء العالميين. وانتهى إلى عدد من التوصيات المهمة رأيت من الخير أن ألحقها بهذا الكتاب في نهايته[١].

وكان من بين هذه التوصيات على سبيل المثال ما يلي: "لكي نصل إلى – تفاهم أوثق وتعاطف أشد بين الشعوب الأفريقية لابد للهيئات الإذاعية الأفريقية أن تقوم بتنظيم تبادل دوري للبرامج فيما بينها. ولابد لهذه البرامج المتبادلة أن تصور الثقافة تصويراً صادقاً، وتصوير طريقة الحياة في تلك البلاد والخصائص المميزة لها".

ومن هذه التوصيات كذلك:

"يوصي المؤتمر بإنشاء مجالس قومية استشارية للتلفزيون ويجب أن تحظى هذه المجالس باهتمام الهيئات التلفزيونية الأفريقية على اختلافها. وذلك باعتبارها وسيلة لزيادة التحسين في فاعلية هذه الهيئات وقوة تأثيرها وعظم وقعها في نفوس المشاهدين من أهل تلك البلاد"

"ويتعين أن تتضمن هذه المجالس الاستشارية بالإضافة إلى ممثلين عن – الخدمات الإذاعية والتلفزيونية القومية قادة من جميع قطاعات الحياة، ولاسيما المهيمنين منهم على مجالات التربية والإعلام على أن تأخذ هذه المجالس الاستشارية في اعتبارها جميع المسؤوليات التربوية والاجتماعية والثقافية لهيئة التلفزيون صاحبة الشأن"

السينما

إلى (إديسون) يرجع الفضل الأول كذلك في اختراع الصور المتحركة. وقد

---

(١) وقد سبقنا إلى ذلك الدكتور مختار التهامي في كتابه (الإعلام والتحول الاشتراكي).

استطاع (روبرت هول) بعد ذلك أن يدخل تحسينات على آلة العرضي الله عنه للصور المتحركة نفسها وعلى عرضي الله عنه هذه الصور من أبعاد كبيرة دون أن يؤثر ذلك شيئاً في وضوح الصور على الشاشة. ثم في عام ١٨٩٥ استطاع العالمان الفرنسيان (لوس واوجست لورا) أن يصنع آلة جديدة للعرضي الله عنه، وعرضي الله عنها بها على الجمهور الفرنسى لأول مرة فيلماً طوله خمسون قدماً. وكان هذا بحق أول ميلاد السينما.

ثم جاء (شارل بانيه) من فرنسا فتقدم بهذه الصناعة أشواطاً بعيدة حققت أرباحاً مذهلة في الحقيقة، ومنذ ذلك الوقت انتشرت السينما في ربوع أوربا وأميركا.

وبعد عام ١٩٠٣ انتشرت الأفلام الإخبارية واحتاجت إلى مجهودات. كالتي تبذلها وكالات الأنباء سواء بسواء. ثم ظهرت الأفلام الروائية.

وفي روسيا السوفيتية أصبحت السينما – على حد تعبير لينين – أهم الفنون التي تستعين بها الدولة في نشر مذهبها. وهناك في تلك البلاد ما يسمى بـ (الجريدة السينمائية). وهي عبارة عن ملحق لصحيفة (برافدا) .. وهكذا أصبحت السينما السوفيتية في نهاية الأمر كما سبق أن أشرنا إلى ذلك – واسطة للثقافة وهي كذلك فن ديمقراطي شعبي بالمعنى الصحيح لهذه الكلمة، وظيفته الأولى التعبير عن الأفكار والعواطف والرغبات التي تجيش في نفوس الملايين من الشعب السوفيتي.

وفي أميركا وبعد الحرب العالمية الأولى تقدمت هذه الصناعة تقدماً متزايداً سمحت به القدرات الاقتصادية والاجتماعية التي توفرت للولايات – المتحدة ولم تتوفر لغيرها. وبعد الحرب العالمية الأولى بنحو عشر سنوات بلغت الأفلام الأميركية درجة من القوة اكتسحت بها جميع الأفلام الأوروبية. وكانت الفترة من عام ١٩١٩ – إلى ما قبل صناعة الأفلام الناطقة هي للأفلام الصامتة في أمريكا[١].

وقد سبق لنا في الباب الخاص بالرأي العام أن تحدثنا عن أثر السينما من ناحيتين

(١) المصدر المتقدم، ص ٣٣٣.

هما تكوين الرأي العام من جهة، ونشر الثقافة من جهة ثانية، فلسنا بحاجة إلى تكرار ما قلناه.

المعرضي الله عنه

وهو من أنفع الوسائل الإعلامية في الوقت الحاضر. لأنه ليس وسيلة من وسائل اللهو والتسلية وقضاء أوقات الفراغ بقدر ما هو وسيلة اقتصادية ناجحة للتعريف بشتى وجوه الحياة في الأﷺ التي يقام عليها. والمعرضي الله عنه في ذلك شأنه كشأن السوق في العصور القديمة حين كانت تجمع بين المعروضات المادية والمعروضات الفكرية كالشعر والخطب ونحو ذلك، وإن كانت هذه المعروضات الفكرية قلما توجد في المعاﷺ الإقليمية بقدر ما توجد في المعاﷺ الدولية. وقد التفت الإعلاميون المحدثون إلى هذه الظاهرة القديمة – وهي الجمع بين المعروضات المادية والمعروضات الفكرية، مثال ذلك:

حدث في معرضي الله عنه نيويورك الدولي أن عرضي الله عنهت (الأردن) في الجناح الخاص بها لوحة كتبت عليها قصيدة مؤثرة تصور حالة اللاجئين المطرودين من فلسطين، وكان لهذه اللوحة تأثير نفسي وآخر إعلامي في نفوس الجماهير. فما كان من إسرائيل إلا أن أقامت الدنيا وأقعدتها ولم يهدأ لها بال حتى تمكنت من إزاحة هذه اللوحة من المعرضي الله عنه.

ومن الأمثلة على المعاﷺ الحديثة كذلك (المعاﷺ المتحركة) وهي معاﷺ تقام على ظهور السفن والبواخر الكبرى، ومن الأمثلة عليها معرضي الله عنه اليابان للأسلحة الحربية والمنتجات القومية. وقد أخذ هذا المعرضي الله عنه ينتقل في عرضي الله عنه البحار ويرسو على مختلف الأقطار ويجذب إليه الأنظار.

هكذا تعددت وسائل الإعلام الحديثة، والظاهر أن المستقبل يخفى منها عدداً أكثر وأضخم. فقد سمعنا أخيراً عن الصحف التي تنشر في البيت عن طريق جهاز يلتقط الأنباء ويسجلها على شريط، ويقدمها للبيوت مع أخبار أخرى مكتوبة بهذه

الطريقة. وقد استطاعت بعض الشركات – أن تدخل تعديلاً على هذه الأجهزة بحيث تتمكن كذلك من نقل الصور إلى جانب الألفاظ. وبهذه الطريقة تستطيع الصحيفة أن تنافس الراديو والتلفزيون منافسة قوية.

الزيارات الرسمية وغير الرسمية

وهي شبيهة (بالبعثات النبوية) التي تحدثنا عنها قبل ذلك. والقياس هنا مع الفارق .. وقد أصبحت الزيارات وسيلة من وسائل الإعلام التي ينتفع بها كثيراً في الوقت الحاضر، والأمثلة على هذه الزيارات كثيرة. تطالعنا بها الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون كل يوم.

وقد أدركت الحكومات المعاصرة ما لتبادل الزيارات من الفوائد. الجليلة، فنرى رؤساء الدول في وقتنا هذا يكثرون من هذه الزيارات .. وقد يؤدي بعضها إلى عقد مؤتمرات ومعاهدات. وفي هذه المؤتمرات أو الزيارات يناقش العديد من المشكلات الإقليمية والمشكلات الدولية التي تمتاز بصفة (الحالية). فيوحي كل ذلك للمواطن الحديث بأن العالم قد – أصبح أسرة واحدة بل جسداً واحداً إذا اشتكى منه عضو تداعى له سائر الأعضاء بالسهر والحمى!!

ومن الأمثلة على الزيارات كذلك تلك الدعوات التي توجه بها الدول. الكبرى كأميركا وروسيا وإنجلترا إلى بعض الصحفيين أو السياسيين أو الأدباء والفنانين لزيارة هذه البلاد والتعرف على مجالات التقدم فيها. وكثيراً ما تعمد الدول النامية كذلك إلى هذه الطريقة ليتعرف عليها الرأي العام العالمي.

ومن هذا القبيل كذلك ما تلجأ إليه بعض الحكومات من توزيع صور الزعماء والقادة وكبار الشعراء والكتاب والفلاسفة والمفكرين في الأمة. ويكون هذا التوزيع إما في داخل الوطن الذي ينتمي إليه هؤلاء البارزون، وإما في خارجه. وفي هذه التصرفات وأمثالها تعريف بالأمة التي أنجبت هؤلاء النابغين وسعدت بهم.

ومثل هذا يقال أيضاً بالقياس إلى (الرحلات) التي تقوم بها الهيئات والشركات

والمدارس والمعاهد والجامعات إلى بلاد بعيدة بقصد التعرف عليها، وتعريف أهلها بهم وبلادهم وما وصلت إليها في ميدان الأدب والعلم والفن.

المؤتمرات

وهي أنواع فمنها المؤتمرات الصحفية والعلمية والأدبية والعمالية والبرلمانية التي نسمع بها كثيراً في معظم الدول المتحضرة. ومن أوضح الأمثلة عليها المؤتمر الصحفي الذي يعقده رئيس جمهورية الولايات المتحدة بصفة دورية.

ومن أوضح الأمثلة عليها كذلك (مؤتمرات القمة) التي يعقدها رؤساء الدول العربية أو الأفريقية أو الأسيوية أو الأفروأسيوية وما إليها. ولشهرة هذه المؤتمرات على اختلافها عنيت بها الصحف والإذاعة والسينما والتلفزيون ولذلك لا تحتاج منا إلى مزيد من القول. بقي أن نتحدث عن وسيلة أخرى من وسائل الإعلام الحديثة وهي:—

العلاقات العامة

والعلاقات العامة – كما قلنا – هي فن الاتصال بالجماهير التي تتعامل معها المؤسسات الهامة في المجتمع سواء كانت هذه المؤسسات أو المنشآت أهلية أم حكومية.

والهدف منها في الواقع هو رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع وكسب الجماهير، وضمان التفاهم التام بين هذه المؤسسات على اختلافها. وبعبارة أخرى أن فن أو علم العلاقات العامة يهتم كذلك بالكشف عن الأسس والمبادئ التي تساعد على إقامة روابط ودية سليمة بين فئات الشعب من ناحية والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية من ناحية أخرى[١]. وبسبب هذه المعرفة الدقيقة يستطيع الجمهور أن يتصرف تصرفاً سليماً مع هذه المؤسسة أو الهيئة، ويستطيع في الوقت نفسه أن ينتفع

---

(١) إبراهيم الإمام، العلاقات العامة والمجتمع، ص ٧.

بها على الوجه الأكمل.

وأما الفوائد التي تعود على المؤسسة الأهلية أو الحكومية من وراء العلاقات العامة فكثيرة أيضاً.

لقد أثبتت التجارب والإحصاءات الكثيرة أن المؤسسات لا تتقدم في عملها بقوة (الإدارة) وحدها. بل بقوة العلاقات العامة إلى جانب ذلك. وقد اعتاد علماء هذا الفن أن يشبهوا المؤسسة بمركبة لها جوادان: أحدهما يمثل الناحية الإدارية في المؤسسة، والثاني يمثل ناحية العلاقات العامة. كما يمكن تشبيه المؤسسة كذلك بالطائرة لها جناحان، جناح يمثل الإدارة، وآخر يمثل العلاقات العامة.

ولكن – هل معنى ذلك أن لابد لكل مؤسسة من وجود جانب التسويق إلى جانب العلاقات؟

كلا – فإن هناك مؤسسات حكومية وأخرى أهلية ليس لها جانب تسويق. ومثال ذلك الجامعات والمستشفيات العامة، فمن غير المعقول أن يكون للجامعة أو المستشفي ناحية تتصل بالتسويق. فالجامعة عملها نشر العلم. والمستشفي عمله العلاج. وليس للجامعة أو المستشفى أن يبيع الناس شيئاً يربحان من ورائه ربحاً قل أو كثر. ومعنى ذلك أن التشبيهين الأخيرين لا ينطبقان إلا على المؤسسات الصناعية والتجارية وليس غير.

والخلاصة.. إن العلاقات العامة عبارة عن نشاط مؤسسة من المؤسسات أو نقابة من النقابات أو شركة من الشركات، أو دائرة من الدوائر الحكومية، أو جمعية من الجمعيات، أو أصحاب مهنة من المهن من أجل إقامة علاقات سليمة ونافعة بين الجمهور العام وهو جمهور المستهلكين وبين هذه المؤسسات بمن فيها من المساهمين والموظفين. وذلك كله بغية التكيف مع البيئة، وبغية تفسير النشاط الاجتماعي الذي

تزاوله كل منظمة من تلك المنظمات[١].

ولكن ما الفائدة التي تعود على الطرفين – طرف المؤسسة من جانب وطرف الجمهور المنتفع من جانب آخر – من وراء العلاقات العامة؟

الواقع أن في تبادل الآراء والأفكار بين هذين الجانبين فائدة كبيرة تعود على كل منهما على حدة.

ثم ما هي الوسائل التي يعتمد عليها رجل العلاقات العامة؟

أليس أمام هذا الرجل إلا الوسائل الإعلامية المعروفة كالصحافة والإذاعة التلفزيون والسينما. وهو في استخدامه لهذه الوسائل الكثيرة بحاجة ماسة إلى ثقافات كثيرة يستطيع أن يفهم بها عقلية الجماهير وأن يتعامل معها بطرق سليمة. ومن هذه الثقافات علم النفس وعلم الصحافة وعلم الاقتصاد وطرق قياس الرأي العام وطرق الاستفتاء وعلم الإحصاء ونحو ذلك.

وعلى هذا فالعلاقات العامة ليست مجرد إقامة الحفلات والظهور بين الناس بالملابس الرسمية وإلقاء الكلام المعسول في الترحيب بالجماهير، كلا – فإنها أبعد من ذلك وأعمق. إنها عبارة عن إفهام الناس حقائق المؤسسة الحكومية أو الأهلية وأوضاعها وتفسير هذه الأوضاع وتعليلها والوصول من وراء ذلك إلى غاية رئيسة هي (التكيف الاجتماعي) إلى جانب غايات أخرى من أهمها الربح المادي أو النجاح المعنوي للمشروع الذي تتولى العلاقات العامة شرحه للجماهير.

هكذا استطاعت وسائل الإعلام الحديثة أن تغير مفهوم الناس لمعنى السياسة. وفي ذلك يقول الأستاذ الفرنسي بول فاليري: "لقد كانت السياسة طيلة قرون عديدة عبارة عن فن منع الناس من الدخول فيما لا يعنهم، فأصبحت في عصرنا هذا عبارة عن فن استجواب الحكام عما يجهله الشعب من المسائل السياسية وغير السياسية

(١) نفس المصدر المتقدم، ص ٨.

على السواء".

مهما يكن من شيء فإن أشهر الوسائل الإعلامية وألصقها بالمواطنين في المجتمع الواحد وسيلتان كبيرتان هما الصحافة والإذاعة، ولذلك يشتد الصراع بين هاتين الأداتين. وهو صراع ينتفع به الجمهور القارئ أو السامع.

ومن هنا لا نستطيع أن نترك هذا الفصل دون أن نخوض في بعض الموضوعات التي تتصل بوسائل الإعلام، ومن أهمها موضوعان كبيران:–

أولهما – المنافسة بين الراديو والتلفزيون والصحافة.

وثانيهما – اللغة التي تستخدم في هذه الأجهزة الثلاثة. ونعني بها اللغة الفصيحة التي يمكن أن تكون مفهومة من أكبر عدد ممكن من أبناء البلاد العربية في وقتنا الحاضر. أما اللغة العامية أو اللهجة المحلية فلم نشأ أن نعرضي الله عنه لها في هذا البحث.

بين الراديو والصحف

تعاني الصحف في وقتنا هذا كثيراً من المشقة في منافسة الراديو والتلفزيون. مع إن الحقيقة أن هذه الأدوات الثلاث يعين بعضها بعضاً ويكمل بعضها بعضاً بطريقة تلقائية لا عناء فيها. وأكثر ما تظهر هذه المنافسة على أية حال في البلاد الرأسمالية الكبيرة كالولايات المتحدة الأمريكية. فقد كان عدد الصحف اليومية عام ١٩٠٩ في تلك البلاد ألفين وستمائة صحيفة. ثم في عام ١٩٥٥ هبط هذا العدد إلى ١٧٨٥ صحيفة فقط. والسبب في ذلك هو دخول الصحف في منافسة قوية مع الراديو بنوع خاص. ولم تجد الصحف الأمريكية أمامها للتخفف من هذه المنافسة غير طريق واحد، هو طريق إدماج الجرائد والمجلات في تكتلات صحفية يساعد بعضها بعضاً على الظهور للجمهور بأخبار كثيرة وموضوعات متنوعة، وأعمدة شائقة، وصور جذابة، ومواد إعلامية تزيد على المواد التي يقدمها الراديو. وبهذه الطريقة الأخيرة تستطيع كل صحيفة من تلك الصحف أن تضمن لنفسها البقاء من أجل المجموعة التي تنتمي إليها، وهي المجموعة التي يتحمل بعضها خسائر بعض في المال، ويزود

بعضها بعضاً بالمواد الإعلامية من جميع الصور والأشكال.

على أن الراديو من بين وسائل الإعلام في الوقت الحاضر مازال يحتفظ لنفسه بمكانة عالية وتأثير كبير في نفوس المستمعين. وحسبنا أن نشير من مزاياه العديدة إلى ما يلي:

أولاً– إنه أصلح الوسائل الإعلامية بالقياس إلى المجتمعات البدائية أو التقليدية وذلك لانتشار الأمية في هذه المجتمعات، ولسوء المواصلات وقلة المال الذي تستعين به هذه المجتمعات التقليدية في إدخال التحسينات اللازمة على هذه المرافق الحيوية من مواصلات وتعليم وطرق إعلام ونحو ذلك.

ثانياً – إن الراديو يمنح المواطنين في البيئات المتقدمة أو الحديثة حرية إعلامية أوسع من بقية الوسائل الإعلامية الأخرى كالصحف بنوع خاص. ذلك أن في استطاعة المستمع بحركة بسيطة يحرك بها زراً من أزرار الراديو أن يستمع إلى محطات إذاعية كثيرة في وقت واحدة. وتستطيع هذه الإذاعات أن تمد المستمع بأخبار متنوعة وآراء وأفكار متباينة يصحح بعضها بعضاً، وتعطي في النهاية صورة متكاملة للمشكلة التي تتحدث عنها محطات الإذاعة المختلفة وقبل بها الرأي العام سواء في ذلك المجتمعات المتقدمة أو المجتمعات النامية.

هكذا يتمتع المستمعون بحرية إعلامية كبيرة عن طريق الراديو، في حين أن ثمن هذه الحرية الإعلامية كبير عن طريق الصحف والمجلات والكتب وما إليها.

ثالثاً – إن الدعاية عن طريق الراديو – ومعه التلفزيون – أعظم أثراً من الدعاية عن طريق الصحف وحدها، ذلك أن المستمع يظل أقدر على التأمل والنقد حين يكون وحده في مكان يستمع فيه إلى الراديو أو يشاهد فيه التلفزيون، ولكن المستمع يفقد هذه القدرة في الغالب عندما يصغي إلى خطبة يشارك في الإصغاء إليها عدد من الجماهير الغفيرة التي اجتمعت لسماعها. وكذلك الشأن في المحاضرة ونحو ذلك.

رابعاً – إن الراديو قادر دائماً على أن يجعلنا نعيش في عالم غني بالأحاسيس

الاجتماعية، وربما كان هذا هو السبب في التصرف الذي يبدو غير معقول من بعض المواطنين حين يتركون الراديو مفتوحاً طول النهار دون أن يصغوا إليه.

خامساً – إن الراديو له فضل على الجماهير من الناحية اللغوية البحتة. فمما لاشك فيه أن الراديو يزيد في محصولهم اللغوي يوماً بعد آخر.

سادساً – إن الناس لا يتصل بعضهم ببعض عن طريق النظر بقدر ما يتصل بعضهم ببعض عن طريق السمع، وأصح من هذا أن يقال أنه عن طريق النظر يتصل الناس بالأشياء، ولكن عن طريق الإذن يتصلون بالأحياء. والفرق بعيد بين الحالتين.ومن ثم كان الراديو أقدر من سواه على تزويد الناس بالأحاسيس الاجتماعية والتأملات الذهنية.

بين الراديو والتلفزيون:

من الموازنة بين الراديو والتلفزيون يتضح لنا أن الراديو يمتاز بأن موجاته تخترق كل أنحاء العالم في أقل من لمح البصر. ذلك أن موجة الأثير تدور حول الكرة الأرضي الله عنهية في نحو $\frac{\square}{\square}$ الثانية لا تقف في سبيلها سدود أو حدود. على حين أن التلفزيون محدود بدائرة قطرها لا يزيد حتى الآن عن مائة ميل. ولابد من وجود محطات للتقوية كلما أريد التوسع في هذه الدائرة.

ومن هنا نجد برامج التلفزيون في كل بلد من بلاد العالم برامج محلية لا تتعدى حدود الوطن الذي توجد به المحطة التلفزيونية.

ومن ثم كان الراديو أقدر على تكوين (الرأي العام العالمي) وقد يتفوق على الصحافة نفسها في هذا السبيل. أما التلفزيون فإنه أقدر على تكوين الرأي المحلي.

أجري استفتاء في البلاد العربية حول وسائل الإعلام. وكان من نتائج هذا الاستفتاء أن ٧٦% من البلاد العربية يفضل (الإذاعة) على بقية الوسائل الإعلامية. وانفردت الجمهورية العربية المتحدة بتفضيل الصحف على غيرها من هذه الوسائل.

ولا ينبغي لنا أن ننسى في مجال التنافس بين الإذاعة والتلفزيون والصحافة

كذلك ما قيل عن العصر الذي نعيش فيه من أنه (عصر الترانسستور) وهو جهاز صغير من أجهزة الإذاعة يحمل في اليد بل يحمل في الجيب. واعترف الاستعمار بخطر هذا الجهاز، وبأنه كان كفيلاً بإحباط الجهود التي بذلها في الشرق الأوسط. وقال أن كل جهاز من هذه الأجهزة الصغيرة كان أقوى من فرقة كاملة مسلحة.

وسيلة الاتصال الشخصي

تحدثنا إلى الآن عن وسائل الإعلام القديمة والحديثة بوجه عام. ولم نشر إشارة كافية إلى وسيلة أخرى يعرفها الجميع، وكأنها لشهرتها بين الناس لا تحتاج إلى من يشرحها لهم. وهذه الوسيلة من وسائل الإعلام المعروفة في كل زمان ومكان هي (الاتصال الشخصي) أو المباشر. وعليها تعتمد الدعاية في كل شكل من أشكالها. والسبب في ذلك أن الناس يتأثرون عادة بطريق الاتصال الشخصي أكثر مما يتأثرون بطريق الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون. ذلك أنهم مع الصحف والإذاعة لا يعيرون انتباههم إلا إلى الأشياء التي تهمهم. ولكنهم مع الاتصال الشخصي مضطرون إلى الاستماع لمن يحدثهم في موضوعات غير معلومة ولا محدودة لهم من قبل. ثم أنه في حالة الاتصال الشخصي المباشر يسهل على المتحدث أن يقدر رد الفعل المباشر على من يحدثهم، كما يسهل عليه أيضاً أن يكيف نفسه وحديثه تبعاً لذلك. وهذا ما لا يتيسر بالطبع الصحيفة أو الراديو. ويضاف إلى كل ذلك أنه من اليسير علينا دائماً أن نقتنع بوجهة نظر أناس بيننا وبينهم صلات. في حين أنه ليس من السهل أن نقتنع بوجهة نظر الكتاب والمذيعين الذين قل أن نعرفهم كما تعرف الأصدقاء.

بين اللغة المسموعة واللغة المكتوبة

كتب الأديب الفرنسي (جورج ديهامل) قال: "عرفت بنفسي طبيباً من الأطباء حضر موقعة من مواقع القتال وسمع بأذنيه أصوات المدافع في الميدان، كما سمع أنين الجرحى وأصوات الذعر التي انبعثت من بعض الجنود. ولكن مشاعر هذا الطبيب لم تهتز لهذه الأصوات المؤلمة جميعها. وحين عاد هذا الطبيب إلى بيته وقرأ عن هذه –

الموقعة في كتاب تأثر بما قرأ إلى حد البكاء[1]"

ليس لهذا الحديث الذي رواه الأديب الفرنسي غير معنى واحد وهو أن من الناس من تؤثر فيهم الوسائل السمعية من وسائل الإعلام. ومنهم من لا يتأثرون بغير الوسائل البصرية منها .. وربما كان هذا هو السبب الذي من أجله يجد المثقفون لذتهم الكبرى في القراءة، ولا يجدون ما يعادل هذه اللذة في الاستماع أو المشاهدة.

مهما يكن من شيء فإن هناك فروقاً واسعة بين اللغة المسموعة واللغة المكتوبة – أو بعبارة أخرى – بين لغة الراديو ولغة الصحف. فأما من ناحية الراديو فإن من المبادئ المتفق عليها في الوقت الحاضر أن هناك فيما يذاع أشياء يحبها الجمهور وأشياء لا يميل إليها. ولذلك تحرص محطات الإذاعة في العالم على استفتاء الجمهور المستمع بين آن وآخر عن طريق رسائل المواطنين إلى محطة الإذاعة. ومن هذه الرسائل يستطيع المذيع أن يدرك ميول الجماهير وعليه أن يشبع رغباتهم. والمستمعون في هذه الحالة لا يتصلون بالمذيع إلا عن طريق آذانهم. أما أبصارهم فلا ترى المذيع ولا تدرك صورته أو هيأته. ومع هذا وذاك فإن المستمع يدرك بذهنه عالماً آخر مليئاً بالأحاسيس الاجتماعية – كما قلنا.

ومن الحقائق التي نعرفها كذلك بالنسبة إلى الراديو أن له وقتاً معيناً من أوقات النهار والليل. هذا من جهة. ومن جهة أخرى نجد أن المذيع لا يتوقف في أذاعته ولا يسمح لنا بمراجعة الكلمة المذاعة – كما نفعل ذلك بالكتاب، فإننا حين نجد صعوبة ما في فهم العبارات المكتوبة فإننا نحاول أن نعيد قراءتها مرة أو مرات حتى نفهمها فهماً جيداً.

وبناء على هاتين الحقيقتين السابقين نجد أنه يجب على اللغة المسموعة أن تتميز بهذه السمات:–

أولاً – سمة القصر في الجمل والعبارات. فلا ينبغي للمذيع أن يعمد إلى الجمل الطويلة أو العبارات المتشابكة، ولا يصح له أن يعتمد كثيراً على الجمل الاعتراضية

([1]) حسن الحسن: الإعلام والدولة ص ٣٣٣.

وبذلك يسهل على السامع التقاط الكلمة المذاعة، كما يتيسر له الحصول على معناها الإجمالي. ومعنى ذلك باختصار أن بناء اللغة المسموعة ينبغي أن يختلف عن بناء اللغة المكتوبة، وذلك أن السامع لا يستطيع أن يقف من الكلام المذاع موقفه من الكلام المكتوب. فهو في حالة الكلام المكتوب يعدل من سير القراءة قصد التغلب على صعوباتها.

ثانياً – في مقدور المذيع أن يلجأ أحياناً إلى تكرار بعض الألفاظ ليسهل حفظها على السامع، وعلى المذيع أن يصنع في ذلك صنيع المدرس الذي يحرص كل يوم على تعليم تلاميذه ألفاظاً جديدة ويحرص كذلك على تثبيتها في أذهانهم عن طريق التكرار كلما أمكن ذلك.

ثالثاً – يجب أن تكون عبارات المذيع واضحة كل الوضوح، ولا ينبغي له على الإطلاق أن يصطنع المبهم من الألفاظ أو الغامض من الأساليب وإلا ضاعت على المستمعين ثمرة استماعهم، وربما تعودوا بعد ذلك إقفال الجهاز عندما يجيء دور هذا المذيع في البرنامج.

رابعاً – يحسن برجال الإذاعة كما يحسن برجال الصحافة أن يحاولوا الوصول إلى لغة إعلامية خاصة بوسائل الإعلام على اختلافها ولا يكون ذلك إلا بالعمل على تحديد الكلمات التي يكثر دورانها في أجهزة الإعلام. والفرق بين هذه الكلمات المستعملة وكلمات القاموس كبير للغاية وسنوضح ذلك بجلاء عندما نتكلم الآن عن:

لغة الصحافة والإذاعة

من الأمور المتفق عليها بالنسبة للصحافة في الوقت الحاضر إننا نكتب ليفهمنا الناس، ومن هذه القاعدة البسيطة كل البساطة نبدأ خطواتنا نحو إنشاء (لغة عربية بسيطة وفصحى في نفس الوقت) يمكن أن تكون لغة عالمية في المستقبل القريب أو البعيد.

والسبيل إلى ذلك هو أن نعمد إلى مجموعة من الكتب التي يكتبها المؤلفون للجمهور القارئ ونقوم بإحصاء الألفاظ اللغوية التي نجدها بهذه الكتب. وبهذه الطريقة نصل إلى أكثر

الكلمات العربية شيوعاً في هذه الكتب.

ومن حسن الحظ أن العلماء قد بذلوا جهوداً مشكورة في هذا السبيل. وأثمرت هذه الجهود ظهور "معجم بيلا Chales Pillat" المطبوع الآن في باريس. جمع فيه صاحبه الكلمات الأساسية في اللغة العربية.

وفي سنة ١٩٥٠ نشر العالم بريل في القدس قاموساً آخر. هو (قاموس الصحافة العربية اليومية) واعتمد في وضعه على طرق الإحصاء الحديثة. وهي أن تحصى عدد المرات التي تتكرر فيها الكلمة الواحدة. ثم ترتب هذه الكلمات بحسب مقدار ورودها وتكرارها. وقد رجع بريل في هذا الإحصاء إلى مجموعة الصحف العربية التي صدرت في مصر وفلسطين ولبنان والعراق، وذلك فيما بين سنتى ١٩٣٧، ١٩٣٩.

وبذلك توصل بريل إلى جمع ١٣٦ ألف كلمة أثبت أن خمسمائة منها ترد بنسبة ٦١٪ وأن ألف كلمة منها ترد بنسبة ٨٩٪ وأن ثلاثة آلاف كلمة فقط ترد بنسبة ٩٥٪.

ومعنى ذلك أن ألف كلمة عربية تكون ثلاثة أرباع الثروة اللفظية للكاتب وللصحفى[1].

وهذه البحوث العلمية وأمثالها إنما تستهدف شيئاً واحداً فقط هو الوصول إلى ما نسميه (طواعية القراءة) – (Readability). وهو مجال فسيح للعلماء اللغويين إلى يومنا هذا. وسيكون له تأثير كبير على لغة الإعلام بوسائله الكثيرة من إذاعة وصحافة وتلفزيون ومسرح وسينما ونحو ذلك.

---

(1) مراد كامل، محاضرة بعنوان "العربية لغة عالمية" ألقاها بمؤتمر مجمع اللغة العربية ببغداد سنة ١٩٦٦.

الفصل الثاني

الإعلام والدولة

ماذا نعني بالإعلام والدولة؟ ولماذا كانت العلاقة بينهما شيئاً ضرورياً للمحافظة على كيان الأمة؟

سبق لنا أن أجبنا على هذا السؤال في كتابنا (الإعلام – له تاريخه ومذاهبه). والآن نعود إلى الإجابة عن هذا السؤال بطريقة أخرى.

المقصود بالإعلام والدولة هو أن لكل نوع من أنواع الحكومات في العالم مذهباً إعلامياً يوافق هذا النوع ويحقق الغرضي الله عنه الذي يسعى إليه.

ولما كانت الصحافة أول نموذج من نماذج الإعلام الحديث، فقد وجدنا الحكومات الحديثة تسعى للسيطرة عليها بكل الطرق الممكنة: لذلك وجدنا الصحافة العربية تنشأ في حجور الحكام، وتصدر بوحيهم وأفكارهم وأموالهم، كما كان الشأن في مصر أيام مُحَمَّد علي وفي العراق في عهد مدحت باشا. وأما في أوربا فقد وجدنا الحكومات منذ شعرت بخطورة هذه الأداة الإعلامية الجديدة وهي الصحافة تتجه إلى السيطرة عليها إما بوضع القيود الخاصة بذلك، وإما بشرائها بالمال لكي تكون موالية لها، ناطقة باسمها، معبرة عن اتجاهاتها. وشأن الصحف في هذه الحالة الأخيرة شأن الإذاعة فقد كانت أجهزة الراديو أهلية في أول الأمر. ثم لم تدم الحال على ذلك إلا ريثما التفتت الحكومات إلى خطورة هذه الأداة الإعلامية الثانية فسيطرت عليها واتخذت منها جزءاً من الجهاز الرسمي للدولة.

غير أن ذلك لم يمنع مطلقاً من وجود الصحافة الحرة. وإن كان ظهور الصحافة الحرة متأخراً بعض الشيء عن الصحافة الرسمية المقيدة بمصالح الدولة.

مهما يكن من شيء فإن حاجة الدولة إلى الصحافة أو الإذاعة ربما كانت أقوى من حاجة الصحافة إلى الدولة. وقد جاءت أقوال الكثيرين من قادة العالم مؤيدة لهذه الفكرة. فمن الأقوال التي أثرت عن نابليون بونابرت قوله : "ينبغي للحاكم أن يجعل الصحافة في خدمته دائماً".

كما أثر عن خروشوف أنه قال : "الصحافة هي سلاحنا الفكري الأيديولوجي الرئيس. وإذا كان الجيش لا يستطيع خوض القتال بدون سلاح فكذلك الحزب لا يستطيع ممارسة أعماله بنجاح دون أن يتزود بسلاح الصحافة. ومن ثم يستحيل علينا أن نترك الصحافة في أيد غير أمينة. فهي لابد أن توضع في أكثر الأيدي أمانة وأجدرها بالثقة".

لنا بعد ذلك أن نسأل أنفسنا هذا السؤال: كيف تختلف الصحافة من بلد إلى آخر باختلاف أنظمة الحكم فيها؟

الواقع أن الصحافة وبقية وسائل الإعلام المعروفة ترتبط ارتباطاً وثيقاً أنظمة الحكم على اختلافها. فهناك نظام الملكية الاستبدادية، ونظام الملكية الدستورية، وهناك نظم الجمهوريات بأشكالها المختلفة. ولهذه الأنظمة صلتها القوية بالمذاهب السياسية. كالمذهب الفردي أو الرأسمالي، والمذهب الاشتراكي، والمذهب الشيوعي. وهي المذاهب التي تمثل الصراع البشرى بين الفرد والمجتمع أو بين الطبقات التي يتألف منها المجتمع.

والإعلام هو الوسيلة الوحيدة والسريعة التي يؤثر بها الحاكم في المحكوم، ويؤثر بها المحكوم في الحاكم.والإعلام هو الوسيلة الوحيدة للتفاهم الذي لابد منه لهذين الجانبين.

"غير أن الحكام يتفاوتون تفاوتاً بعيد المدى في نوع التفاهم الذي يربطهم بالشعوب التي يحكمونها. فمنهم من لا يسمح بهذا التفاهم على أية صورة من الصور – كما في الحكم الاستبدادي أو الديكتاتوري. ومنهم من يسمح به دائماً – كما في

الحكم الديمقراطي، ومنهم من يضع له بعض القيود الخاصة – كما في الحكم الاشتراكي. ومنهم من يحرم المواطنين حرماناً تاماً من هذا التفاهم اعتماداً منه على أن الحكومة لا عمل لها إلا إسعاد الشعب بجميع أفراده على السواء – كما في النظام الشيوعي وهكذا[1]"

نظر علماء الصحافة في كل هذه الظروف أو الفروق فوجدوا أن العالم في عصوره التاريخية كان ولا يزال محكوماً بنظريتين بارزتين من نظريات الإعلام وهما ..

١– نظرية السلطة.

٢– ونظرية الحرية.

وعن هاتين النظريتين السابقتين تولدت نظريتان أخريان أصبحتا تحكمان العالم في العصر الذي نعيش فيه وهما ..

٣– النظرية السوفيتية التي تولدت عن نظرية السلطة.

٤– نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تولدت عن نظرية الحرية[2].

فما المقصود بنظرية السلطة؟

السلطة من أنظمة الحكم التي نتحدث عنها هي التي تتمثل في الملك أو الخليفة أو الإمبراطور أو الأمير أو الديكتاتور الذي لا يؤمن بالحرية وبالديمقراطية، ولا يسمح للشعب أن يشاركه في الحكم بصورة أو بأخرى.

وتستند (السلطة) باعتبارها نظاماً من أنظمة الحكم على فكرة "الحق الإلهي المقدس" وعلى الفكرة القائلة (بأن الحاكم ظل الله وخليفته في الأﷺ).

معنى ذلك أن الحاكم المطلق هو وحده صاحب الحق في الهيمنة على أمور الأمة،

---

(١) عبد اللطيف حمزة، الإعلام – له تاريخه ومذاهبه، ص ٦ – ٧.

(٢) Four Theories for the press by: Siebrt, Peterson and Sebramm. Urban University 1956.

أو صاحب الحق في تصريف الأمور العامة. غير أن الحاكم المطلق في العصور السابقة كان يدرك مع ذلك أنه لا يستطيع أن يتفرد بهذه السلطة. فقد تعرضي الله عنه له أمور لا يعرف الصواب فيها من الخطأ، ومن ثم تظهر الحاجة إلى استشارة الحكماء او العلماء أو صفوة الأمة. وكان على هؤلاء أن يمدوه بالمشورة النافعة والآراء الراجحة متى طلب إليهم ذلك.

ذلك بالضبط ما حدث في الدول الإسلامية كالدولة الأموية والدولة العباسية. فقد كان هناك ما يسمى "بأهل الحل والعقد". وهم جماعة من علماء الدين كان يرجع إليهم الخليفة فيما أشكل عليه من أمور المسلمين.

وذلك بالضبط ما قد حدث في الدول الأوروبية قبل عصر النهضة فقد كانت الفكرة التي تستند إليها الدول الأوروبية حينذاك هي الفكرة القائلة (بأن الحقيقة لا تنبع من جمهور العامة ولكن تنبع من أذهان الخاصة وهؤلاء هم الحكماء والعلماء ومن إليهم).

وهكذا اقتصر العمل الإعلامي في ذاته على جهتين وهما:

جهة الحاكم الفرد أو الملك المستبد، وجهة الصفوة من رجال الأمة، وهم بطبيعة الحال قليلون من حيث العدد. ورأيهم ليس ملزماً للحاكم نفسه. ومن ثم كانت (السلطة) هي وحدها صاحبة الحق في ممارسة الرقابة الفعلية على العمل الإعلامي في أوربا. وهي وحدها صاحبة الحق في إعطاء التراخيص لمن يريد من الناس إصدار صحيفة أو نشرة أو نحو ذلك.

وقبل أن ندع الكلام عن مذهب (السلطة) نضرب مثلاً عليها من واقع التاريخ الإسلامي نفسه. وليكن المثل الذي نضربه هنا هو (الخليفة المنصور) من خلفاء الدولة العباسية. وقد كان رجلاً قوي البطش لا يعرف في سياسته ليناً ولا رحمة. وكانت له طريقته الخاصة في مراقبة الكتاب والأدباء الذين كانوا يمارسون الإعلام الإسلامي عن طريق نشر الكتب.

أدرك أيام المنصور كاتب كبير هو عبد الله بن المقفع مترجم (كليلة ودمنة). وذهب المؤرخون إلى أن السبب الحقيقي في كتابة (كليلة ودمنة) هو توجيه النقد إلى الخليفة بطريقة رمزية وذلك في وقت عز على ابن المقفع أن يلجأ إلى طريقة الكتابة غير الرمزية. ثم شعر ابن المقفع بعد ذلك أنه لابد من أن يوجه نقده إلى الخليفة بطريقة غير رمزية. وكتب بالفعل رسالة صريحة سماها (الهاشمية)[1] نقد فيها نظام القضاء الإسلامي وغيره من النظم المعمول بها في الدولة. وعلم الخليفة المنصور بهذا الكتاب الأخير فلم يجد بداً من الحكم بالإعدام على هذا الكاتب الذي جرؤ على نقده. وتم إعدام الكاتب بطريقة وحشية. فقد وضعه جنود المنصور في تنور وقطعوا جسده قطعة قطعة، وأخذوا يلقون بكل قطعة في التنور. وكان ذلك جزاء له على توجيه النقد إلى الخليفة المنصور وهو الرجل الذي يمثل التفرد بالسلطة، ولا يعترف بحق الكاتب أو العالم أو الفيلسوف في نقد الدولة.

ما المقصود بنظرية الحرية؟

ظهرت هذه النظرية في المجتمع الأوروبي نتيجة لتطورات فكرية، ولأحداث سياسية واجتماعية. ومن أهم هذه الأحداث بطبيعة الحال نشوب الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩ وهي الثورة التي أعلنت حقوق الإنسان. ثم هي الثورة التي كان لها مفهوم اقتصادى ظهر في قولهم (دعه يفعل. دعه يمر) ومعنى ذلك ترك الفرد حراً في مزاولة نشاطه الاقتصادى ونشاطه الفكري دون أي تدخل من جانب الدولة في هذا النشاط بأي شكل من الأشكال. ذلك أن الدولة يجب أن تقصر وظائفها على أمور ثلاثة وهي:

القضاء، والأمن في الداخل، والدفاع عن الوطن ضد أي اعتداء خارجي.

والحق أن نظرية الحرية تقوم على الإيمان المطلق بالإنسان من حيث هو إنسان. على حين أن نظرية السلطة تنظر إلى الإنسان على أنه جزء من المجتمع، وأن قيمته

---

(1) وتسمى كذلك (رسالة الصحابة).

تنحصر في هذا المعنى.

وبعبارة أخرى – يرى مذهب الحرية أن سعادة الفرد هي الغاية من وجود المجتمع. وأما أنصار مذهب السلطة فيرون أن سعادة المجتمع هي الغاية من وجود الفرد. والفرد في نظر (الحريين) أو القائلين بمذهب الحرية أسمى من الدولة. على حين أن القائلين بمذهب (السلطة) يرون العكس.

من أجل ذلك أتاح مذهب الحرية أثمن الفرص من الناحية الاقتصادية لظهور (الديمقراطيات الرأسمالية) وظهور (الاحتكارات) بأوسع معانيها. وفي ظل هذا النظام الرأسمالي تحقق الكثير من الانتصارات الشعبية. ومنها التوسع في التعليم، ومنح حق الانتخاب لأكثر المواطنين، ومنها حق الفرد في ممارسة نشاطه الاجتماعي والتنافس في الحصول على أكبر قدر ممكن من الربح – المادي – ومنها زيادة الإنتاج بالجملة. وقد عادت كل هذه المميزات على الشعوب والمجتمعات بالرفاهية والتقدم. ومن الانتصارات التي حققها هذا النظام كذلك حرية الصحافة.

غير أن الصحافة في ظل نظام الحرية تطورت هي الأخرى إلى صناعة من أضخم الصناعات الحديثة. واحتاجت إلى رؤوس أموال كبيرة.

"وأدى ذلك إلى تخليها تدريجياً عن قضايا الرأي والشعوب، واتجاهها إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح المادي باعتبارها مشروعاً تجارياً يخدم الأهداف الاحتكارية[1]"

أما الفلسفة التي تستند عليها نظرية الحرية والأفكار التي وراء هذه النظرية فإنما تتمثل في آراء (جون لوك) الانجليزي من أبناء القرن السابع عشر الميلادي، ومعه في هذا الاتجاه كل من جون ملتون من القرن السابع عشر أيضاً وجون أرسكين وتوماس جفرسون من القرن الثامن عشر، وجون ستيوارت مل من القرن التاسع عشر[2]"

---

(1) الميثاق الوطني.

(2) عبد اللطيف حمزة، الإعلام – له تاريخه ومذاهبه، ص ١١٦ – ١١٧.

(والخلاصة) أن الصحافة في ظل النظام الحر تمتعت بحرية كبيرة لا تكاد تعرف من القيود إلا قيداً واحداً فقط هو حق الحكومة في فرضي الله عنه الرقابة على الصحف زمن الحرب متى رأت المصلحة في ذلك. ومع هذا وذاك فقد سارت الولايات المتحدة الأميركية في تطبيق هذا الحق على أساس الاختيار لا الإجبار، وعلى الود والصداقة وحسن التفاهم بينها وبين أصحاب الصحف وكان ذلك في أثناء الحرب العالمية الثانية.

ولكن مهما قيل في الحرية التي تتمتع بها الدول الرأسمالية في الوقت الحاضر، ومهما قيل في الديمقراطية التي تنعم بها هذه الشعوب في العصر الذي نعيش فيه فإن هناك حقيقة لا ينبغي تجاهلها. وهي أن الحكومات الديمقراطية الرأسمالية لا غنى لها مطلقاً عن شيء من (السلطة) بالرغم من أنها تعتمد اعتماداً يوشك أن يكون تاماً على نظرية (الحرية).

وهذا القدر الذي يمارسه الحكام الآخذون بنظام الحرية من المذهب القائل بالسلطة يمكن أن تعادله بذلك المقدار من الحرية كما نراه عند الحكام الآخذين بنظر (السلطة). ألم نقل أن الخلفاء العباسيين وغيرهم من الحكام المستبدين كانوا لا يجدون غني عن مشاورة الحكماء وعلماء الدين وهم الذين يتألف منهم ما يسمى (بأهل الحل والعقد)؟

معنى ذلك أنه ليس في تاريخ العالم ما يمكن أن يسمى (بالحرية) الخالصة (مائة بالمائة)، وليس في تاريخ العالم ما يمكن أن يسمى (بالسلطة) الخالصة (مائة في المائة)، ولولا ذلك ما استقام لحكومة أمر، ولا تحققت لأمة من الأمم غاية.

ما المقصود بنظرية المسؤولية الاجتماعية؟

آمن أصحاب النظرية السابقة بالحرية العامة للفرد من حيث هو وتولدت عن هذه الحرية ظواهر جديدة في المجتمعات. منها تضخم رؤوس الأموال ومنها الاحتكارات. وأصبح المجتمع الرأسمالي عبارة عن طبقتين هما طبقة الأغنياء المسرفين

في الغني، وطبقة الفقراء الواصلين بالفقر إلى أدنى درجاته.

وهنا سأل أصحاب هذه النظرية أنفسهم .. هل هناك حدود لهذه الحرية؟

وأجاب هؤلاء عن ذلك بأن الحرية المطلقة تشكل خطراً كبيراً على المجتمع، وأن الحرية الصحيحة هي المحدودة بحدود القانون من جهة وحدود الصالح العام من جهة ثانية.

وفي أعقاب الحرب العالمية الثانية علت الشكوى من حرية الصحف في أميركا وغيرها من البلاد الرأسمالية – وهي الحرية التي نجم عنها فساد الأخلاق وانحطاط القيم الإنسانية –. وأخذ كل بلد من البلاد الرأسمالية يفكر في أحسن الطرق لمقاومة هذه الأخطار التي سببتها حرية الصحافة. وظهرت في أكثر بلاد العالم الحر فكرة تهدف إلى إنشاء (مجلس أعلى للصحافة) من شأنه أن يراقب الصحف ويحد من انحرافاتها بكل الطرق الممكنة.

والأساس الذي تبنى عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية هو أن (الحرية حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد). والمعروف أن هذه النظرية نشأت في أميركا وإنجلترا وكانت ثمرة لكتابات وليم كنج ثم بلغت أوجهاً بعد الحرب العالمية الثانية وذلك في كل من إنجلترا وأمريكا أيضاً. ولذلك أطلق عليها اسم (النظرية الأنجلو أميركية).

والصحافة التي تأخذ بهذه النظرية ليست صحافة ذاتية بقدر ما هي صحافة موضوعية، وليست ملكاً للأفراد بقدر ما هي ملك للصالح العام.

ومهما يكن من شيء فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية في بعض الدول الغربية لم تشأ أن تحل جميع المشكلات التي نجمت عن الأخذ بنظرية الحرية. ومنها مشكلة الاحتكارات. كما وعجزت عن حل المشكلة الكبيرة التي تتمثل في خضوع الصحافة والإذاعة لرأس المال. كما أنها عجزت عجزاً تاماً عن تقديم الحلول الصحيحة لمشكلة الحرب والسلام.

الصحافة والسلام العالمي

غير أن هذه المشكلة الأخيرة استطاع قسم الصحافة بجامعة القاهرة أن يشارك في حلها قدر المستطاع وذلك عن طريق رسالة جامعية[١] اشتملت على (مشروع دستور دولي للصحافة مستقي من تحديد مهمة الصحافة في المجتمع الدولي الحديث وفي هذا الدستور شرح للالتزامات التي ألقتها الرسالة على عاتق الإعلام باسم المسؤولية العالمية.

ما المقصود بالنظرية السوفيتية؟

تقوم النظرية السوفيتية للإعلام على الشيوعية. وتستند الشيوعية على أراء ماركس. وتقول الفلسفة الماركسية أن الهدف الوحيد لها هو إقامة مجتمع شيوعي تتحقق فيه العدالة. والطريق إلى هذه العدالة هو ترك الحكم في أيدي الكادحين من العمال والفلاحين وهم الذين أطلق عليهم اسم (البروليتاريا).

ومهما يكن من شيء فإن الفلسفة الشيوعية تقوم على الأسس التالية:-

١- المادية الجدلية

سميت مادية لأنها تتمسك بأن الحياة المادية وحدها هي التي لها صفة الواقع والحقيقة. أما الجانب العقلي بأفكاره وآرائه فليس إلا انعكاساً لهذه الحياة المادية لا أكثر ولا أقل. وبعبارة أخرى - انعكاساً لمجموعة الإنتاج المادي الموجود في المجتمع في وقت معين.

غير أن الفلسفة الشيوعية تعتمد كذلك على ما يسمى (بالمادية الجدلية أو المنطقية). ومعناها أن كل تغيير اجتماعى وتطور أو تقدم في المجتمع إنما ينجح دائماً عن تنازع بين قوتين أو عنصرين متضادين أو متناقضين في داخل نطاق الحقيقة.

---

(١) الرسالة للدكتور مختار التهامي. وقد حصل بها على درجة الدكتوراه في الأدب من قسم الصحافة بجامعة القاهرة ثم طبعت الرسالة بعد ذلك في كتاب بعنوان (الصحافة والسلام والعالمي).

وهاتان القوتان أو العنصران هما الفكرة ونقيضها، أو الرأي وضده. وتكون نتيجة الصراع بينهما وجود حالة تسمى حالة تآلف النقيضين. وهذه الحالة الأخيرة لابد أن تكون أرقى من الحالتين المتناقضتين. وهذه الحالة الجديدة تصبح بعد ذلك فكرة جديدة ينشأ عنها نقيض يناقضها. وينتهي أمر الأخيرين إلى تآلف جديد ينتج عنه فكرة جديدة أو حالة جديدة. وتستمر العملية على هذا النحو. وهذا ما يعرف في تاريخ البشر باسم التطور.

وعلى ذلك فإن الجدلية المنطقية هي القانون أو المبدأ الذي بمقتضاه يحدث التغيير الاجتماعي في نظر الشيوعية.

٢- المادية التاريخية

أو التفسير المادي للتاريخ، وهي عبارة عن المادية الجدلية مطبقة على ميدان العلاقات البشرية في المجتمع. وقد عرفها ماركس في كتابه (نقد في الاقتصاد السياسي) بأنها – أي المادية التاريخية – الغاية المشتركة لجميع الناس في الإنتاج وتبادل الأشياء التي أثمر عنها هذا الإنتاج. وليس التغيير الاجتماعي في تاريخ العالم نتيجة للتغيير في الأفكار. ولكن نتيجة التغيير في طريقة الإنتاج وطريقة التبادل. وهذا الإنتاج يتضمن كذلك الصلة بين الناس بعضهم وبعض. وهو ما يسميه ماركس (بالعلاقات الإنتاجية). ومن هنا وجد النظام الرأسمالي. وبه تمكنت الأقلية من العيش الرغيد بفضل الجهود التي تبذلها الأغلبية.

وجاء تفسير هذه المشكلة في مشروع ماركس المعروف (بالبيان الشيوعي)؛ ذلك بأن اتجاه الناس إلى استغلال بعضهم لبعض كان فساداً دخل التاريخ عن طريق الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج. وكان من نتيجة ذلك أن أصبحت العلاقات الإنتاجية علاقات بين طبقتين متناقضتين. أي أن تاريخ المجتمعات القائمة الآن هو تاريخ نضال الطبقات بعضها ضد بعض. وفي اعتقاد ماركس أن هذا التاريخ أخذ يدخل مرحلته النهائية. وهي مرحلة النضال بين البورجوازية والبروليتاريا. ذلك أن النظام الاقتصادي

للمجتمع هو الأساس الحقيقي للتطور والتقدم. أما الدين والأخلاق والقوانين والنظم في المجتمعات فإنها البنيان الذي يبنى فوق هذا الأساس.

وهذا النظام يعكس مصالح الطبقة السائدة في المجتمع. وعلى هذا فإن نظام الأخلاق السائد مثلاً في وقت ما يكون عبارة عن مجموعة المبادئ التي ترى هذه الطبقة السائدة أنها المبادئ الواجب إتباعها والتي يجب أن يوجه إليها المجتمع.

ونتيجة لذلك فإن مراحل التطور الاقتصادي هي في الواقع مراحل التطور الاجتماعي، ومراحل للتدرج التاريخي. وهما لا يحدثان بسبب ظهور مبادئ عقلية جديدة أو معتقدات أخرى للحق والعدالة. وإنما يحدثان نتيجة للتغيرات التي تصيب القوى الإنتاجية على ممر السنين وهذا كله هو المقصود بالمادية التاريخية في الفلسفة الشيوعية.

٣- سيادة الطبقة العاملة (البروليتاريا)

يقال إن لفظ (البروليتاريا) مشتق من اللفظ اليوناني **Prolitarias** ومعناه الطبقة الأخيرة في المجتمع اليوناني أو الروماني. وهم الذين لا يؤدون فيه حقوقاً للدولة سوى إنتاج النسل. ومن ثم أخذ اللفظ يحمل معنى التحقير. وفي الهامش السفلى الذي وضعه (أنجلز) من (المانافستو الشيوعي) عرف البروليتاريا بأنها طبقة العمال التي تعمل بالأجر. وهم الذين ليس لديهم وسائل إنتاج لحسابهم الخاص. لذلك اضطروا إلى بيع مقدراتهم على العمل في سبيل لقمة العيش.

وفي نظر ماركس أن البروليتاريا هي الطبقة الوحيدة في المجتمع. ويرجع بعض السبب في ذلك إلى أن جميع أعضائها مشتركون في تحمل أعباء الاستغلال. وهناك سبب أخر اعتمد عليه ماركس في نظره إلى البروليتاريا هذه النظرة. وهذا السبب الأخير هو ظروف استخدام العمال في الأعمال الصناعية، وتجمعهم داخل المصانع تجمعاً ساعد على إنماء الوعي الطائفي عند هذه الطبقة. وهو أمر يسهل به تنظيمهم للعمل الثوري. وكان ماركس وأنجلز يعتقدان أن من نتائج الانقلاب الصناعي تركيز

المجتمع في طبقتين متناقضتين هما طبقة البورجوازية وطبقة البروليتاريا. وكل ما عداهما من أقسام المجتمع – فيما عدا الفلاحين – يعتبر شواذ مآلها إلى الزوال بزوال النظام الرأسمالي نفسه. ولذلك كان من رأيهما أن البروليتاريا ستكون على المدى الطويل هي أغلبية الشعب – أو بمعنى آخر – هي الطبقة الوحيدة في المجتمع.

النظرية السوفيتية في الإعلام

تعمدنا شرح الفلسفة الشيوعية لنفهم بالضبط لماذا اتجهت النظرية السوفيتية في الإعلام إلى تحقيق الأهداف التالية:–

١– ملكية الشعب للصحافة أو بمعنى آخر تأميم الصحف.

٢– قيام الإعلام بدور فعال في المجتمع السوفيتي والنظر إليه على أنه جهاز رسمي من أجهزة الدولة.

وفي ذلك يقول لينين: "لابد للجريدة من أن تكون جهازاً من أجهزة الجهاد والكفاح بحيث لا يمد القارئ بأخبار دقيقة وصادقة عن اقتصادنا فحسب، بل يقصد الإعلام كذلك إلى تحليل هذه الأخبار ودراستها دراسة عقلية لكي نصل في نهاية الأمر إلى نتائج صحيحة فيما يختص بالحركة العمالية"

واضح من هذه العبارة أن الصحافة السوفيتية تعتقد أن الإثارة العقلية أهم وأنجح من الإثارة العاطفية، وأن الأولى أليق بالأمم المتقدمة من الثانية. لذلك وضع لينين تعريفاً للجريدة قال: "الجريدة ليست أداة من أدوات الدعاية الجماعية أو الإثارة بقدر ما هي أداة للتنظيم الاجتماعي"

تلك هي النظريات التي صدر عنها الإعلام عبر العصور التاريخية منذ القدم إلى يومنا هذا.وكان من الطبيعي أن تكون نظرية السلطة أولى النظريات وجوداً في تاريخ البشر. ذلك أن البيئات القديمة – فيما عدا بيئة اليونان وبيئة المدينة على عهد الرسول والخلفاء الراشدين – لم تعرف من أنظمة الحكم غير النظام الاستبدادي المطلق. ومعنى ذلك أن الإسلام جاء مبشراً بالحرية وبالمسؤولية الاجتماعية التي عبر

عنها رسول الله " ﷺ" في حديث نذكره بمعناه وفيه (أن قوماً ركبوا سفينة. فاختص كل واحد منهم بمكان. وقال أحدهم أنا حر في مكاني هذا أفعل به ما أشاء. وهم بأن يخرق مكانه في السفينة. فإن ضرب القوم على يده نجا ونجوا. وإن تركوه غرق وغرقوا).

وهكذا عرف المسلمون الحرية كما عرفوا الشورى عن طريق القرآن والحديث ولكنهم لم ينتفعوا بهذه المعرفة بعد حياة الرسول والخلفاء الراشدين.

على حين أن أوربا جاءت معرفتها بالحرية عن طريق الثورات والنضال بين الطبقات المختلفة عبر القرون الوسطى. ثم جاء الفلاسفة والكتاب فأخذوا يفلسفون هذه الثورات وهذا النضال. ووصلوا من ذلك إلى معرفة الحرية وفلسفة الحرية ووضعوا لها تلك النظرية.

ومعنى ذلك أنه بينما عرف المسلمون هذه المعاني بطريقة تلقينية سهلة – كما أوضحنا – إذا بالغربيين يعرفون هذه المعاني عن طريق الفلاسفة. ولذا ترك لنا هؤلاء الفلاسفة كثيراً من الكتب في موضوع الحرية والتحرر وصراع الطبقات ومذاهب الرأسمالية والاشتراكية ولم يترك لنا العرب مثل هذا التراث.

وبعد، فلسنا نريد أن نفرغ من هذا الفصل دون أن نعرضي الله عنه على أنفسنا هذا السؤال الأخير.

ما هي النظرية الإعلامية للجمهورية العربية المتحدة في وقتنا هذا؟

اختلف الباحثون في تحديد النظرية الإعلامية التي تصدر عنها حكومة الثورة في الجمهورية العربية المتحدة في الوقت الحاضر.

فمنهم من قال أنها (نظرية المسؤولية الاجتماعية). وقد عبرنا عن ذلك في كتاب (الإعلام له تاريخه ومذاهبه) وذلك في الفصل الذي تحدثنا فيه عن (الإعلام

والمسؤولية الاجتماعية في الميثاق[1]). ومنهم من ذهب إلى أنها (النظرية السوفيتية). ومن هؤلاء صاحب كتاب (الإعلام والتحول الاشتراكي) الدكتور مختار التهامي.

وفي تقديري أن النظرية الإعلامية للجمهورية العربية المتحدة ليست هي نظرية الحرية، وليست هي نظرية المسؤولية الاجتماعية، وليست هي النظرية السوفيتية. ولكن فيها شيء من كل ذلك.

ولعل ذلك ما حدا بكثير من الباحثين العرب إلى دعوة جديدة، هي اقتراح اسم جديد للاشتراكية العربية لا يحمل لفظ "الاشتراكية". وكأن يكون هذا الاسم الجديد "النظرية الاقتصادية العربية" أو "الاقتصادية التعاونية" ومن هؤلاء الباحثين العرب صديقنا الدكتور نعمت سعيد الأستاذ بكلية الاقتصاد بجامعة بغداد. وهو يرى في الاسم الجديد تمييزاً للاشتراكية العربية عن سواها من الاشتراكيات الأخرى في العالم. هذا من جهة. ومن جهة ثانية يرى أن في ذلك حماية للبلاد العربية من شرور المعسكرين الشرقي والغربي متى عرف كل منهما أن الاشتراكية العربية لا تمت لأحدهما بصلة.

ومع هذا وذاك فإننا نلاحظ أن اشتراكيتنا العربية إنما ترتكز على عمودين هما:

الاشتراكية العلمية بالتطبيق العربي من جهة، والدين الإسلامي الذي لا يرضي الله عنهى بطبيعته أن يكون المال دولة بين الأغنياء – أعني متداولاً بينهم فقط – من جهة ثانية.

ومع هذا وذاك فلابد أن نعترف هنا أن الاشتراكية العربية ما زالت غامضة في أذهان الكثيرين من العرب أنفسهم إلى يومنا هذا.

ولعل ذلك ما دعا (الجزائر) إلى عقد ندوة لبحث الاشتراكية العربية، ولا يدل ذلك كله في نظرنا إلا على شيء واحد فقط، وهو أن الاشتراكية العربية – أو

---

(1) ص ١٤٩.

الاقتصادية التعاونية – ما زالت في انتظار الكاتب العبقري أو الفيلسوف السياسي الاجتماعي – الذي يضع لنا ما يمكن تسميته "بفلسفة النظرية العربية في الاشتراكية"

صحيح أن الاشتراكية الأوروبية كانت نتيجة الصراع الهائل بين طبقات المجتمع الأوروبي – وهو الصراع الذي ألهم الفلاسفة الأوروبيين وضع "الفلسفة الاشتراكية". ومن هؤلاء بطبيعة الحال الفيلسوف ماركس.

وصحيح إننا نحن العرب لم تمر بنا في تاريخنا الطويل مثل هذه التجربة بالشكل الذي عرفته أوروبا. ومن ثم اضطررنا نحن العرب إلى أن نستورد النظام الاشتراكي من الخارج حين شعرنا بالحاجة إلى مثله غير أننا وجدنا بعد ذلك أن النظام الاشتراكي بصورته الماركسية لا يلائم ظروفنا الحالية ولا يتفق وتقاليدنا العربية الإسلامية، ولا يحل جميع مشكلاتنا الاقتصادية ومن ثم رسمنا لأنفسنا صورة لاشتراكية عربية لا تتجاهل التاريخ العربي الإسلامي، ولا الدين العربي الإسلامي، ولا التقاليد العربية الإسلامية.

وهنا تتاح لي الفرصة من جديد لكي ألخص الحجج التي اعتمدت عليها في أن الجمهورية العربية المتحدة غير آخذة بالنظرية السوفيتية.

أولاً – إن ما فعلته الجمهورية العربية المتحدة بالصحافة إلى الآن هو "التنظيم" لا التأميم. وأما ما تفعله الجمهوريات السوفيتية بالصحافة فهو "التأميم" والفرق كبير بينهما. (التأميم) نظام تؤول فيه ملكية الصحف إلى الحكومة وتصبح به الصحافة مرفقاً من المرافق العامة. وتحصل الخزانة العامة للدولة على إيرادات الصحافة. وتتحمل في الوقت نفسه خسائر الصحف.

أما (التنظيم) فيه آلت ملكية الصحف إلى الاتحاد الاشتراكي العربي لا إلى الحكومة. وليس الاتحاد الاشتراكي جزءاً من الجهاز الإداري للحكومة. وإنما هو مجرد سلطة توجيهية بيد المجتمع.

ثم إن إيرادات الصحف بمقتضى قرار التنظيم لا تؤول إلى الحكومة ولكن تنقسم إلى قسمين. الأول يكون لموظفي المؤسسة الصحفية بمن فيها من العمال والمحررين.

والثاني لمشروعات التحسين في الصحيفة.

في التأميم لا يوجد ما ينص على طريقة إدارة الصحيفة. وفي التنظيم نص على أنه من حق الاتحاد الاشتراكي العربي أن يشكل مجالس إدارات الصحف ويعين لكل مجلس إدارة رئيساً أو عضواً منتدباً أو أكثر، ويتولى المجلس نيابة عن الاتحاد الاشتراكي مباشرة جميع التصرفات القانونية.

ثانياً – إن الميثاق الذي زاد في تأكيد ملكية الشعب للصحافة أكد في الوقت نفسه استقلالها عن الأجهزة الحكومية. وبذلك ينتزع للشعب أعظم أدوات حرية الرأي ويمنح الصحافة أقوي الضمانات لممارسة النقد الموجه للشعب أو الحكومة.

والأمر على عكس ذلك بالقياس إلى الصحافة الشيوعية التي هي جزء من أجهزة الدولة والتي لا تملك الحرية في توجيه النقد للمجتمع أو الحكومة.

ثالثاً – إننا مازلنا إلى اليوم نفرق تفرقة واضحة بين الاشتراكية المعتدلة والشيوعية. وقد اختار الشعب العربي لنفسه في الجمهورية العربية المتحدة المذهب الأول لا الثاني. أو بمعنى آخر اختار الاشتراكية بالتطبيق العربي. وهي شيء بعيد عن الشيوعية.

وفي اعتقادنا إلى الآن أن هذا الشعب لو عرضي الله عنهت عليه الشيوعية أو أجري له استفتاء عام فيها لرفضها رفضاً باتاً. واستند في رفضه هذا إلى أمور منها العقيدة الإسلامية التي لا تتفق مع مبادئ الشيوعية.

رابعاً – إن النظريات الإعلامية في ذاتها كبقية النظريات الإعلامية الأخرى – ليست متشابهة في جميع بلاد العالم ... فإذا لم تشأ نظرية المسؤولية الاجتماعية في أميركا أن تحل مشكلات الاحتكارات واستقلال رأس المال الخاص وغيرها من المشكلات الخطيرة على أجهزة الإعلام في تلك البلاد – فان هذه النظرية – وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية – قد استطاعت أن تجد حلاً لهذه المشكلات التي تأثر بها الإعلام في بلاد أخرى غير أمريكا ومنها الجمهورية العربية المتحدة. وقد جاء ذلك

عن طريق محاولتين هما ..

١- قانون تنظيم الصحافة (سنة ١٩٦٠).

٢- والميثاق الوطني (سنة ١٩٦٢).

وليس معنى ذلك بالطبع أن حكومة الثورة صدرت في هاتين المحاولتين عن النظرية الشيوعية. وهي النظرية التي أبى مؤلف الكتاب إلا أن يسميها (بالنظرية الاشتراكية). ولم يشأ أن يسميها باسمها المعروفة به لدى جميع دول العالم وهو (النظرية السوفيتية). من هنا قامت حكومة الثورة في الجمهورية العربية المتحدة بتأميم كثير من المرافق العامة. كما قامت حكومة الثورة بمساندة العمال والفلاحين، وجعلت لهم نسبة كبيرة في مجلس الأمة.

ونحن نرى أن جميع هذه الجهود كانت تطبيقاً سليماً للديمقراطية في بلد يؤمن بالاشتراكية المعتدلة. ولم تكن تطبيقاً – بحال ما – للشيوعية.

خامساً – هناك نوع من التقارب بين نظريات الإعلام في الوقت الحاضر. ومن آياته أن المجتمع الرأسمالي يضطر في كثير من الأحيان إلى اختيار طريق التأميم حلاً لبعض المشكلات الاقتصادية. وذلك برغم أن التأميم في ذاته أصل من أصول الشيوعية.

(وبعد) فإنهم يقولون أن المجتمعات في تطور مستمر، وأن حتمية التاريخ ستؤدي إلى اعتناق الاشتراكية. وفي هذا الأخير علاج لأدواء البشرية، وهذا كله صحيح في جملته وتفصيله. ولكن ليس معناه في اعتقادى أن السيطرة التامة في نهاية الأمر لابد أن تكون للمذهب الشيوعي ما دام المذهب الاشتراكي قادراً على حل المشكلات التي يئن منها العالم في وقتنا الحاضر وربما في الأزمنة المقبلة أيضاً.

الفصل الثالث

الإعلام في الدول النامية

تنقسم المجتمعات الإنسانية عند علماء الاجتماع إلى ثلاثة أنواع هي – المجتمعات التقليدية، والمجتمعات الانتقالية، والمجتمعات الحديثة.

١– (فالمجتمعات التقليدية) هي المجتمعات التي يخضع فيها الفرد لسلطان العادات والتقاليد، ويخضع فيها الفرد كذلك لنفوذ رجال الدين إذا كان لهم وجود هناك. والتطور في هذه المجتمعات يسير ببطء شديد، ووسائل الإعلام في هذه المجتمعات بدائية ومتأخرة، والأمية متفشية، والأوهام كثيرة ومتسلطة. وفي هذه المجتمعات يقوم العرف مقام القانون، وأهم من كل ذلك أن التفاهم بين الأفراد في هذه المجتمعات ليس له لغة موحدة أو على الأصح لهجة واحدة. ذلك أن اللغات تتعدد في هذه المجتمعات تعدداً لا يساعد على تحقيق الغاية من الإعلام. ففي الهند مثلاً نجد ثلاث عشرة لغة رسمية. بل قيل إنها **١٢٥** لغة، ودقات تام – تام في أواسط أفريقيا تنقل لهجات عديدة لها وجود في تلك البلاد. ولابد من استخدام التراجمة والمفسرين إذا أريد اجتياز بعض المناطق الجغرافية هناك.

فإذا راعينا العوائق اللغوية وطول المسافات وصعوبة المواصلات علمنا كيف يكون التفاهم عسيراً لا يتيسر إلا بصعوبة ومشقة[١].

نظر رجال الإعلام في هذه الخطورة الناجمة من صعوبة التفاهم في هذه المجتمعات. كما نظروا في الصعوبات الناجمة من تفشي الجهل والأمية وسوء المواصلات في تلك الجهات فانتهوا إلى أن أنسب وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة

---

(١) حسن الحسن / الإعلام والدولة / ص ٣٧٦.

لمثل هذه المجتمعات التقليدية في الوقت الحاضر إنما هي وسيلة الإذاعة. وبمعنى أدق – جهاز الترانزستور – معنى ذلك أن الراديو هو أنفع وسائل الإعلام في بلاد تتكلم إلى أيامنا هذه بلغة الطبول والزهور، ويستحيل فيها إصدار صحف محلية إذ هي تعجز كل العجز عن أن تخاطب المواطنين بلغات متعددة في وقت واحد. وذلك كله فضلاً عن أن وصول هذه الصحف إلى قرائها – أن وجدوا – قد لا يكون قبل مضي ثلاثة أو خمسة أيام في حين أن الإذاعة بأجهزتها المعروفة تستطيع الاتصال بالجماهير اتصالاً مباشراً وسريعاً في نفس الوقت وتستطيع أن تخاطبهم بلغاتهم الكثيرة إذا لزم الأمر[١].

٢– النوع الثاني هو (المجتمعات الانتقالية)، وتسمى كذلك بالمجتمعات النامية. وهي مجتمعات بدأت طريق التقدم بالفعل. وربما قطع بعضها أشواطاً كبيرة في هذا السبيل. ومن دلائل التقدم في هذه المجتمعات النامية زيادة نسبة التعليم زيادة ملحوظة، وارتفاع مستوى المعيشة بحيث شمل الرخاء أكثر طبقات الشعب، ومنها الطبقة الفقيرة، وزيادة الوعي القومي، والوعي الصحي، والوعي العلمي، والوعي الأدبي أو الفني ونحو ذلك.

غير أن أهم ما تمتاز به المجتمعات النامية في الحقيقة هو (زيادة التطلع) بين أفرادها إلى مستقبل أفضل وحياة أفضل ونظام أفضل. ومن أجل ذلك نجد أن الدول النامية تشهد منذ منتصف القرن الذي نعيش فيه ثورة جديدة يمكن أن نطلق عليها اسم "ثورة التطلعات" وتعتبر وسائل الإعلام الحديثة سبباً من أسباب هذه الثورة في الحقيقة. ومن هذه الوسائل الإعلامية بطبيعة الحال كل من الصحف والإذاعة والتلفزيون والسينما والكتاب.

وبسبب هذه الوسائل الإعلامية كذلك زادت مطاليب الشعوب النامية بما يزيد

---

(١) وهنا نحيل القارئ إلى التجارب الناجحة التي قام بها كل من (الأب ساليندا) في كولومبيا عام ١٩٤٧ وتجربة (ميزون لافيت) في قلب الغابة داخل قصر قديم امتلكته الإذاعة الفرنسية وراء البحار، راجع / المصدر السابق / ص ٣٧٩، ص ٣٨٢.

كثيراً على قدرة الحكومات التي تتولى أمر هذه الشعوب ومن ثم بدت هذه الحكومات وكأنها عاجزة عن تحقيق آمال الشعوب التي تحكمها. وهو أمر أدى إلى حالة من السخط في ثلاثة أرباع شعوب العالم في الوقت الحاضر والذي لا ريب فيه أن وسائل الإعلام تعتبر كذلك السبب الأول من أسباب تفاقم هذه الحالة والوصول بها إلى هذه الدرجة من السخط والتذمر، وذلك بما تنشره هذه الوسائل الإعلامية بين حين وآخر من وعود وآمال من جانب الحكام في مستقبل زاهر وحياة كريمة، وبما تنشره كذلك عن مستوى المعيشة في الدول القديمة العهد بالتقدم والرخاء.

ولعل من أسباب هذه الحالة التي نشير إليها كذلك – وهي حالة السخط والتذمر في أكثر أجزاء العالم النامي في الوقت الحاضر – زيادة الاتصال بين القرية والمدينة، وازدحام العواصم الكبرى بأعداد غفيرة من المواطنين الذين هربوا من بؤس الحياة وشظف العيش في الريف، وجاءوا بأمل كبير في الين الحياة وسعة الأرزاق في العواصم.

الحق أنه مما يزيد في ثورة التطلعات التي تشير إليها ما نجده في أغلب الدول النامية من الفروق الكبيرة بين القرية والمدينة ذلك أن سوء توزيع الثروة في الريف وتوفير العناية بالمدن الكبيرة، وإهمال القرية من جميع الوجوه، وتركيز التعليم والعلاج والصناعات ودور الحكومة في العواصم – كل هذه الأمور تجعل مشكلة التطلعات تزداد في كل يوم حدة على حدة.

وقد يسأل سائل. ولكن ما هو الطريق إلى حل هذه المشكلة؟

والجواب عن ذلك أن لكل داء دواء من جنسه، فإذا كانت وسائل الإعلام الحديثة هي التي أدت إلى هذه الحالة الخطيرة، فإن هذه الوسائل الإعلامية هي التي تستطيع أن تشترك في حل هذه المشكلة بأن تعدل تعديلاً واضحاً في برامجها اليومية أو الدورية لكي تحقق هذه الغاية.

وإذا كان إهمال القرية وتركيز النشاط الحكومي والنشاط الشعبى في العواصم من

الأسباب التي أدت إلى هذه الحالة الخطيرة فإن العناية بالقرية وتزويدها بكل أسباب الحياة الصحيحة أو السعيدة التي يحياها الناس في العواصم يكون طريقاً من طرق علاج هذه المشكلة.

وعلى ذلك يجب أن تتسع القرية منذ الآن لأجهزة الإعلام على اختلافها من صحف وإذاعة وتلفزيون وسينما ومكتبة ونادٍ ونحو ذلك كما يجب أن تكون طرق المواصلات بين القرى والمدن سهلة ومتوفرة ومعتدلة الثمن.

وكذلك يجب أن يتوفر للقرى العدد الكافي من المدارس على اختلاف درجاتها، والمستشفيات بجميع أشكالها، وأن تبدأ القرية طوراً جديداً من أطوار حياتها يقوم على الصناعة بشرط أن تكون من وحي البيئة وذلك إلى جانب الزراعة التي ستبقى طابعاً للقرية لا تفارقها بحال من الأحوال.

بهذه الحلول وأمثالها لا يحس أهل القرى بالفروق البعيدة بينهم وبين سكان المدن، ولا يحسون الحرمان الذي يحسونه الآن بعد أن بدءوا يتطلعون إلى الحياة التي من هذا النوع. والمواطنون المحدثون في القرى مخالفون في ذلك لآبائهم وأجدادهم كل المخالفة. فقد كان هؤلاء الآباء قد أراحوا أنفسهم من هذا التطلع ورضي الله عنهوا بحياة هي أكثر ملاءمة للمجتمعات التقليدية منها للمجتمعات النامية.

ونعود إلى وسائل الإعلام فنقول أنها تستطيع أن تنقذ الناس من هذه الحالة. ولا يكون ذلك إلا بتقوية أجهزة الإعلام وتطوير برامجها وتغير مضمونها بحيث تستطيع هذه الوسائل آن توجه الحكومة والشعب إلى نشر مبادئ التضحية والعدل والبذل وغيرها من المبادئ اللازمة للمواطنين في مرحلة الصناعة أو مرحلة الانتقال من طور إلى طور.

وهذا ما تفعله بعض الدول النامية في الوقت الحاضر، ومنها الجمهورية العربية المتحدة. غير أن هناك دولاً أخرى نامية عجزت عن اتخاذ مثل هذه السياسة. ومع هذا وذاك فمنذ سنة ١٩٦٠ والعالم يشهد تحول الثورات التطلعية في هذه الدول إلى

ثورات أكثر عنفاً وأعظم خطورة. وقد أطلقنا على هذه الثورات الجديدة اسم (ثورة التذمر أو السخط).

ونعود فنقول هنا أن أول سبب من أسباب هذه الثورة الجديدة هو وسائل الإعلام الحديثة، ومن أسباب هذه الثورة كذلك عدم الاستقرار السياسي في أغلب الدول النامية، ثم من أسبابها أيضاً تمسك الطبقة المثقفة في الدول النامية بمبادئ الديمقراطية الغربية، ومحاولة زرع هذا النبات في أﷺ غير أرضي الله عنهه، وفي فصل زراعي غير فصله، ومن هنا نجد بعض هذه الدول النامية يعاني من محنة التقلبات السياسية والثورات الشعبية ما يعوق تقدمه ويعرقل نموه ويؤدي ذلك كله إلى عدم التوفيق في اختيار الحكم الملائم له آخر الأمر.

ولذلك نجد دول أميركا اللاتينية على سبيل المثال في ثورة مستمرة إلى يومنا هذا. وكذلك نجد شعوب شرق آسيا وبعض الدول العربية. وما تزال هذه الأخيرة موزعة بين الخوف من الاستعمار الغربي والخوف من الاستعمار الشيوعي. وكذلك الشأن في دول أفريقيا تلك الدول التي ما زالت تحترق بنار البغض والكراهية للاستعمار الأوربي. على أن كراهية الدول النامية للاستعمار الغربي على هذا النحو هي التي تجعلها تتجه صوب الكتلة الشرقية وأهمه أن لهذه الكتلة أيديولوجية ربما أعانتها على تحقيق أمانيها السياسية والاقتصادية في أقرب وقت. وهكذا تقف الشيوعية أمام هذه الدول النامية وكأنها الطريق الوحيد إلى الخلاص من حالة السخط الذي تشعر به.

فكر علماء السياسة في أوضاع الدول النامية في الوقت الحاضر واهتدوا إلى أن أصلح نظام لهذه الدول هو النظام المبني على نوع من الحكم الأبوي العادل. ومعناه إسناد الحكم في هذه الدول النامية إلى أقلية عادلة تسعى جهدها لتطوير المجتمع والقضاء على الأوضاع القديمة الفاسدة في هذا المجتمع. ولا شك أن القضاء على القديم يتطلب نوعاً من القيم الجديدة والمفاهيم الجديدة والقيادات الجديدة. وبدونها يستحيل التحول من طور إلى آخر من أطوار الأمة.

وهكذا تواجه المجتمعات الانتقالية أو النامية مهمة صعبة هي مهمة تطوير هذه المجتمعات في سنوات قليلة والوصول بها إلى المستوى الذي تعيش فيه المجتمعات المتقدمة.

٣- النوع الثالث (المجتمعات الحديثة) أو المتقدمة وهي المجتمعات التي مرت في طريق طويل من النضال والكفاح، وقطعت في هذا الطريق أعماراً طويلة من حياتها.

أجل يحدثنا التاريخ أن هذه المجتمعات أو الدول الحديثة أو المتقدمة ومنها دول أوروبا مرت بعصور كثيرة من أهمها: عصر الاستكشاف، وعصر الاضطهاد الدينى وعصر النهضة، وعصر الثورة الصناعية، وعصر الثورة الفرنسية وهكذا. وأما العلم في تلك الدول المتقدمة فقد مر هو الآخر بعصر البخار وعصر الكهرباء، وعصر الذرة. كل ذلك والدول النامية أو المتخلفة تقف من هذه العصور أو الأطوار موقف المتفرج أو المتعجب لا أكثر ولا أقل.

ومرة أخرى نسأل أنفسنا:-

ما هي وظائف الإعلام في المجتمعات بأنواعها الثلاثة؟ وهل يمكن أن تعقد موازنات بين الوسائل الإعلامية في هذه المجتمعات.

أما في (المجتمع التقليدي) فقد رأينا أن الراديو في وقتنا هذا يعتبر أنسب الوسائل وأنجحها في الحقيقة. وذلك نظراً لانتشار الأمية من جهة وسوء المواصلات من جهة ثانية، ولنقص القدرة المالية التي تقوم بالإنفاق على وسائل إعلامية أخرى آخر الأمر.

أما في (المجتمع الانتقالي) أو النامي فما زال الراديو صاحب الأفضلية على الصحف بوجه خاص. وإن كانت هذه الأخيرة تؤدي في الوقت الحاضر دوراً خطيراً في عملية التطوير أو الانتقال من حالة إلى حالة أفضل منها.

وأما في (المجتمع الحديث) أو المتقدم فإن للكتب والسينما والمسرح والمعرضي الله عنه، كما للمؤتمرات الصحفية الدورية، وأحاديث الشخصيات الكبيرة في الدولة

أثراً كبيراً في توجيه الرأي العام. وليست الإذاعة في هذه المجتمعات الحديثة إلا وسيلة واحدة من بين وسائل أخرى عديدة ربما كانت أعظم من الإذاعة تأثيراً في هذا المجتمع.

وبرغم ذلك فإن الراديو في المجتمعات الحديثة يمتاز على بقية الوسائل الإعلامية الأخرى بميزات عظيمة من أهمها:

١- إنه الوسيلة السريعة التي بها يمارس المواطن في كل المجتمعات التي تحدثنا عنها ما يسمى (بحرية الإعلام) أو بمعنى أدق (حرية الاستعلام). ففي وسع المستمع في أية جهة من جهات العالم أن يستمع إلى محطات إذاعية كثيرة في وقت واحد أو في يوم واحد. وتستطيع كل إذاعة من هذه الإذاعات أن تصحح الإذاعات الأخرى. لأن الحقيقة تقع بينها جميعا، وقلما تختص بها – أي بالحقيقة – إذاعة واحدة فقط. كل ذلك بطريقة سهلة قلما تتيسر للمستمع بعدوله عن الراديو إلى الصحف.

ولكن ما هي وظائف الإعلام في الدول النامية بصفة خاصة؟

من اليسير علينا أن نفهم أن المرحلة الانتقالية في أي مجتمع إنساني يمكن أن تنقسم إلى فترات زمنية ثلاث وهي:–

الفترة الأولى – وفيها يكون الهدف الرئيس للمرحلة هو تقوية سلطة القائمين بالأمر. ونعني بها سلطة الأقلية التي جاءت للقيام بهذه المهمة الخطيرة كما قلنا – وهي مهمة تطوير المتجمع.

لذلك نجد أن وسائل الإعلام في هذه الفترة من المرحلة تحاول ما وسعها ذلك إثبات شرعية هذه الأقلية الحاكمة. كما نجد الدول نفسها تحاول أن تسيطر كل السيطرة من جانبها على وسائل الإعلام في هذه الفترة من المرحلة بنوع خاص. ومعنى ذلك أن على وسائل الإعلام في هذه الفترة الأولى أن تدافع عن القادة، وتسندهم مساندة قوية حتى يقوموا بواجبهم نحو هذه المهمة الكبيرة وهي تطوير المجتمع.

الفترة الثانية من فترات المرحلة – وفيها تبذل وسائل الإعلام قصارى جهدها في نقل آراء الشعب، ووجهة نظره في حل المشكلات الناجمة عن حركة التطوير إلى القادة وعلى رأسهم رئيس الجمهورية.

الفترة الثالثة من فترات المرحلة – وفيها تقوم وسائل الإعلام بدور المتحدث الدقيق بلسان الشعب، وتمثيل السلطة الرابعة في الدولة – وهي سلطة الصحافة – بالمعنى الواسع لهذه الكلمة، وهو المعنى الذي يشمل الصحافة المكتوبة ممثلة في الصحف والمجلات، والصحافة المسموعة ممثلة في الإذاعة، والصحافة المرئية ممثلة في السينما والتلفزيون. وفي هذه الفترة الأخيرة نجد أن مستوى الأمة الاجتماعي والسياسي قد ارتفع، وأن الشعب قد بدأ يعد نفسه أعداداً سليماً للديمقراطية الصحيحة بالمعنى الغربي، ويكون الشعب في هذه الفترة قد أنجز شوطاً كبيراً في طريقه إلى تقدم صحيح وحياة أفضل.

ولكن ما هي الخطة الإعلامية في الدول النامية؟

لا شك أن الهدف الأول – بطبيعة الحال – هو نقل المجتمع إلى مرحلة جديدة من مراحله. أو بعبارة أخرى تحويل هذا المجتمع إلى النظام الاشتراكي. وإذ ذاك يجب على المجتمع أن يقوم بتحديد النظرية الإعلامية التي يأخذ بها، ويلتزم الشعب ومعه الحكومة بهذه النظرية منذ إعلانها بالطرق الرسمية والطرق الشعبية.

وقد سبق أن عرضي الله عنهنا رأينا في هذه النقطة الأخيرة. وقلنا أن النظرية الإعلامية التي تلتزم بها الجمهورية العربية المتحدة هي (نظرية المسؤولية الاجتماعية)، وليست النظرية السوفيتية. وهنا نسمع بالدعوة إلى ما يسمى (بدستور المثقفين) لتحقيق هذه الغاية. كما نسمع بتنظيم الحلقات الدراسية، ومعسكرات العمل الميداني للارتفاع بمستوى العاملين في أجهزة الإعلام. ولمنظمة اليونسكو مشاركة قوية في هذا الميدان الأخير لابد أنها ستترك أثرها قوياً في تمكين أجهزة الإعلام في الدول النامية من القيام بدورها على أحسن وجه ممكن.

إن انتقال المجتمع النامي من مرحلة قديمة إلى أخرى جديدة يحتاج في الواقع إلى القيام بعملين كبيرين هما:

الأول – عملية التغيير الفكري أو الأيديولوجي.

والثاني – عملية التغيير الإنتاجي والاقتصادي.

والتغيير الفكري يهدف إلى محاربة الأفكار الرجعية التي تسيطر على المجتمع ومحاربة الانتهازية التي هي الطابع العام لهذه الرجعية في كل مجتمع. ولا يكون ذلك مطلقاً إلا بطريقين لا ثالث لهما ..

الأول طريق التعليم.

الثاني طريق الإعلام.

ففي التعليم توضع المناهج الجديدة التي تلائم المرحلة الجديدة. وفي الإعلام توضع البرامج الجديدة التي تمشي مع الأوضاع الجديدة – كما سبقت الإشارة إلى ذلك –.

وأما التغيير الإنتاجي فيهدف إلى بناء مجتمع جديد، هو مجتمع الكفاية والعدل. وقد ضربت الجمهورية العربية المتحدة مثلاً يحتذى به في هذه الناحية.

وندع التغير الإنتاجي جانباً لأنه لا يعنينا في هذا البحث، وننظر في التغيير الأيديولوجي. وهنا يقفز في أذهاننا سؤال هام وهو:

ما المفاهيم الجديدة والقيم الجديدة والقيادات الجديدة التي لابد منها المجتمعات الانتقالية أو النامية لكي تسير هذه المجتمعات في طريقها السوي نحو التقدم الحقيقي؟

مما لا شك فيه أن مجموعة من القيم الجديدة لابد من توفرها للمجتمعات الانتقالية. وبدونها لا يحدث الانتقال من طور إلى طور. ونريد أن نقرب هذا المعنى إلى ذهن القارئ فنضرب له المثل هنا بالقرآن الكريم والشعر الجاهلي. أو بعبارة أخرى. بالفرق الكبير بين المثل الأعلى للعربي في الجاهلية والمثل الأعلى للعربي في الإسلام.

فالمثل الأعلى للعربي في الجاهلية عبارة عن الفخر بالنجدة، والفخر بالكرم، والفخر بالشراب ومخالطة النساء، والدفاع عن القبيلة والأخذ بالثأر. هذه صورة دقيقة للحياة في نظر العربي في الجاهلية[١].

والمثل الأعلى للعربي في الإسلام بخلاف ذلك جملة واحدة، فهو هنا الخضوع لله والانقياد لأوامره تعالى، والتضحية بالمنافع الشخصية والمنافع القبلية في سبيل الدين الجديد، وتجنب الكبر والعظمة والتعالي على الناس، والوفاء بالعهد في كل وقت، وبذل المال لمن يستحقون هذا البذل والصبر على الشدائد والمصائب ومنها مصيبة الحرب[٢].

وهذا الذي يحدث في الثورات الدينية الكبرى كالمسيحية والإسلام يحدث مثله في الثورات السياسية والاجتماعية الكبرى، كالثورة الفرنسية والثورة الروسية والثورة

---

(١) يدلنا على ذلك أبيات لطرفة بن العبد: يجد القارئ العادي صعوبة في فهمها لغرابة ألفاظها. أما معانيها فسهلة لأنها لا تخرج عما ذكرناه من أوصاف المثل الأعلى للعربي في الجاهلية والأبيات هي:-

ولولا ثلاث هن من عيشة الفتى ... وحقك لم أحفل متى قام عوّدي

فمنهن سبق العاذلات بشربة ... كميت متى ما تعل بالماء تزيد

وتقصير يوم الدجن والدجن معجب ... ببهكنة تحت الخباء المعمد

وكرّى إذا نادى المضاف مجنباً ... كسيد الغضا ذي السورة المتورد

(٢) فهذا الشاعر يقول أنه لا يعيش في هذه الدنيا إلا لثلاثة أشياء هي الشراب والنساء والنجدة.

أما الشراب فقد عبر عنه في البيت الثاني بالخمرة التي إذا علاها الماء أزبدت وصلحت للشراب، وأما النساء فعبر عنها في البيت الثالث بقوله أنه يعشق المرأة الحسناء تحت الخباء المقام على أعمدة.

وأما النجدة فيعبر عنها في البيت الأخير بقوله أنه مستعد على الدوام لنجدة من يستجير به، وأنه يفر لنجدته كما يفر الذئب الغاضب في الصحراء.

(١) وهذا المثل الأعلى في الإسلام يعبر عنه القرآن في آيات كثيرة منها:-

"يا أيها الناس إنا خلقناكم شعوباً وقبائل لتعارفوا، إن أكرمكم عند الله أتقاكم". ومنها: "ليس البر أن تولوا وجوهكم قبل المشرق والمغرب ولكن البر من آمن بالله واليوم الآخر والملائكة والكتاب والنبيين، وآتي المال على حبه ذوى القربى واليتامى والمساكين وابن السبيل والسائلين وفي الرقاب، وأقام الصلاة وآتى الزكاة والموفون بعهدهم إذا عاهدوا والصابرون في البأساء والضراء وحين البأس. أولئك الذين صدقوا وأولئك هم المتقون".

المصرية لعام ١٩٥٢ وثورة ١٤ تموز ١٩٠٨ فى العراق وغيرها.

وهذه الثورات السياسية والاجتماعية ليست إلا إيذاناً بميلاد عصر جديد أو مجتمع جديد، هو المجتمع الانتقالي أو النامي على النحو الذي شرحناه من قبل.

وهنا يصبح المجتمع الجديد في حاجة ماسة إلى قيم جديدة ومفاهيم جديدة وقيادات جديدة.

ولنضرب المثل هنا بالمجتمع النامي في الجمهورية العربية المتحدة وهو المجتمع الذي يأخذ في وقتنا هذا بالاشتراكية العلمية بالصورة العربية، والتطبيق العربي لا الغربي كما نجده في أية دولة من الدول الأوروبية أو الأسيوية في الوقت الحاضر.

ما هي المفاهيم الجديدة للجمهورية العربية المتحدة؟

هناك مفاهيم سياسية واقتصادية ومفاهيم ذهنية وخلقية واجتماعية. فمن المفاهيم السياسية والاقتصادية.

١- مفهوم الوحدة العربية من جميع النواحي السياسية والعسكرية والاقتصادية والثقافية والإعلامية والتعليمية.

٢- مفهوم الوحدة الأفريقية لهدف الوحدة في ذاتها أولاً، ولمحاربة الدعاية الصهيونية في هذه القارة بعد أن بلغت هذه الدعاية مداها واستخدمت لذلك كل الوسائل.

٣- مفهوم الحياد الايجابي ومعناه الوقوف موقفاً وسطاً بين المعسكرين الشرقي والغربي لإحداث التوازن بينهما.

٤- المفهوم الجديد للثروة بما يتفق والاشتراكية العربية التي تؤمن بالملكية، ولكنها تكفر باستغلال رأس المال وتحارب الاحتكار بجميع صوره.

٥- مفهوم السلام العالمي ومكافحة الاستعمار بجميع أشكاله في أية بقعة من بقاع الأﷺ. وفي رأي الأيديولوجية السياسية العربية أن الاستعمار الصهيوني ممثلاً في

دولة إسرائيل إنما يشكل أخطر أنواع الاستعمار الحديث.

وغني عن البيان أن هذه المفاهيم السياسية والاقتصادية لا تحتاج إلى مزيد من الشرح بعد أن أصبحت معروفة لكل عربي مهما قل حظه من الاتصال بالصحف والإذاعة وغيرهما من وسائل الإعلام المألوفة غير أن هناك طائفة من المفاهيم الجديدة قد تحتاج إلى شيء من الشرح ومنها:-

١- الشعور بالمسؤولية الاجتماعية

سبق أن قلنا أن الحرية في النظام الرأسمالي حرية مطلقة توشك ألا تكون لها حدود معينة. على حين أن الحرية في ظل النظام الاشتراكي حرية مقيدة لصالح المجموع. ولا فرق بين الحرية الرأسمالية والحرية الاشتراكية إلا من هذه الناحية.

صحيح أن النظام الرأسمالي بدأ يشعر بخطورة الحرية التي لا حدود لها. ومن ثم أخذ يضع لها حدوداً تقف عندها. غير أن هذه الحدود التي وضعت للحرية الرأسمالية – مهما بولغ فيها. فإنها لا يمكن أن تصل إلى مستوى الحدود التي وضعتها الحرية الاشتراكية ذاتها.

والواقع أن الحرية الاشتراكية لا تعني غير المسؤولية الاجتماعية بكل ما تحمل هذه العبارة الأخيرة من معنى.

أليس من معاني المسؤولية الاجتماعية عندنا نحن العرب أن كل مواطن عربي مسئول عن المشاركة الفعلية في بناء المجتمع الجديد؟. ومن ثم نرى الجمهورية العربية المتحدة – على سبيل المثال – تعيش في هذه الحقبة الزمنية ثورات ثلاثاً في زمن واحد: ثورة سياسية، وثورة اجتماعية، وثورة اقتصادية. على حين أن المجتمع السابق لمجتمع الثورة في مصر كان يعيش ثورة واحدة فقط، هي الثورة السياسية.

والخلاصة أن المسؤولية الاجتماعية معناها تقديم الصالح العام على الصالح الخاص ولاشيء أكثر من ذلك.

٢- التعاون وإنكار الذات.

أن بناء الوطن أو إعادة بنائه من جديد يحتاج إلى تضافر القوى وإلى إنكار الذات. بمعنى أن المواطن العربي في المجتمع العربي أصبح عليه أن يقوم بكل ما يستطيع أن يقوم به من عمل، عارفاً أنه مهما بذل في سبيل هذا العمل فليس من حقه أن ينسب شيئاً من الفضل لنفسه، ولا أن يشيد بعمله، ولا أن ينتظر عليه الأجر من الناس أو من الدولة. وإن كانت الدولة نفسها لا تنسى جهود العاملين، ولا تترك فرصة من الفرص إلا أشادت بهم ومنحتهم المكافآت المادية أو المعنوية التي يستحقونها على أعمالهم.

ومن شأن هذه الأيديولوجية التعاونية أن تنظر إلى الثروة –كما قلنا - على أنها ملك لجميع الشعب. وإذ ذاك فقط يسقط لفظ [الإحسان] ويحذف من قاموس الحياة الاشتراكية السليمة، ويحل محله لفظ [الحق] الذي لكل فرد من أفراد الأمة على الدولة.

فالضمان الاجتماعي حق. وإشراك العمال في أرباح المؤسسات حق. وأخذ ما زاد عن حاجة الأغنياء للفقراء حق وهكذا.

٣- مبدأ تكافؤ الفرص

وقد نبع هذا المبدأ الأخير من المبدأ السابق (لكل مواطن الحق في خيرات بلاده بقدر ما يعمل لها). ولا يكون ذلك بطبيعة الحال إلا إذا أتاح المجتمع لكل المواطنين فرصاً متكافئة للعمل، وفرصاً متكافئة للربح الناتج عن هذا العمل، بشرط ألا يتم ذلك بطريق المجاملات أو "المحسوبيات" أو اعتبار الفرص المتكافئة نوعاً من "التفضل" ونحو ذلك.

هذه بعض سمات المجتمع الجديد الذي انتقلت إليه الجمهورية العربية المتحدة. غير أن هذه المفاهيم الجديدة تحتاج إلى قيادات جديدة لنشر هذه المعاني الجديدة.

فما هي القيادات الجديدة للمجتمع الجديد؟

سبق أن ذكرنا أن الجمهورية العربية المتحدة تقف الآن في المرحلة الانتقالية من مراحل المجتمعات البشرية، وإنها لا تزال تمر بالفترة الثانية من فترات هذه المرحلة. ومعنى ذلك أن هذا المجتمع الذي نتحدث عنه ما زال يعاني من صفتين هما .. صفة القلق، وصفة التطلع. وقد سبق أن قلنا أن آمال الشعوب في هذه الفترة تبدو أعرضي الله عنه وأطول مما يلزم. وهنا تواجه الحكومات الاشتراكية موقفاً ينطوي على كثير من الحرج والصعوبة. ومن ثم يحتاج المجتمع في هذه المرحلة إلى:

قيادات سياسية واقتصادية.

وقيادات اجتماعية وثقافية.

وقيادات إعلامية.

فالقيادة السياسية:

تتمثل أولاً في قائد المرحلة ونعني به رئيس الجمهورية باعتباره الرجل القادر على وضع الحلول الناجحة للتغلب على ثورة القلق والحلول الناجحة لثورة التطلع. ثم هو القادر على تحقيق آمال الشعب السياسية كالحياد الايجابي والوحدة العربية، والآمال الاقتصادية الاشتراكية كتحديد الملكية وحسن توزيع الثروة.

أما القيادة الاجتماعية :

فأن أول ما يجب عليها أن تدرسه هو خصائص المرحلة الانتقالية وأن تعمل على نشر القيم الجديدة للمجتمع الجديد على النحو الذي شرحناه من قبل أو على نحو أفضل منه كلما أمكن ذلك.

وعلى أساس من هذه الدراسة يمكن للقيادة الاجتماعية أن تنظر في كثير من المشكلات الحاضرة، كمشكلة الإسكان وزيادة السكان ومشكلة المرأة، ومشكلة العمال والفلاحين، ومشكلة تحديد النسل، ومشكلة الأمية ومشكلة البطالة،

ومشكلة الاستهلاك الفردي والحد من هذا الاستهلاك، ومشكلة الرقابة على ما يبدو من الانحرافات الفردية من جانب الرجعة والانتهازية كالرشوة والمحسوبية. وإذا كان (التعليم) أمراً من الأمور التي تتصل بالقيادات الاجتماعية فعليها أن تعمل على نقل الأفكار الثورية للأجيال الجديدة عن طريق المدرسة والجامعة حتى يمكن التغلب على العقليات الجامدة التي لم تؤمن بعد بالثورة ولم تحاول أن تساير الركب.

وهنا نتقدم باحتياط واحد فقط وخلاصته أن للحكومة الاشتراكية أن تؤثر أو تغير أو تبدل أو تحذف أو تضيف ما تشاء إلى المناهج الدراسية في المراحل الابتدائية والإعدادية والثانوية. وحقها في ذلك واضح لا يناقشها فيه أحد. ولكنها – أي الحكومة الاشتراكية – ينبغي لها أن تترك الجامعة دون أن تحدث هذه التغييرات في مناهجها. ذلك أن الجامعة هي المكان الذي تتكون فيه شخصية الطالب الجامعي بعيداً عن كل هذه المؤثرات. ولأن ممارسة أي ضغط على الطالب الجامعي من جانب الأستاذ أو المنهاج أو الحكومة يعوق تكوينه العقلي ويؤثر في نضجه الفكري.

لذلك تكرر القول بأن من حق الدولة أن تتصرف كما تشاء في مناهج التعليم العام. أما المناهج الجامعية فليس من الخير للدولة أن تحدث فيها أي تغيير أو تبديل.

غير أن ذلك لا يمنع مطلقاً من أن يفتح الباب على مصراعيه أمام طلبة الجامعات لكي يناقشوا الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي خلقها الوضع الاشتراكي. وبهذه الطريقة – وليس بطريق العبث بمناهج الدراسة – يستطيع طلبة الجامعات أن يكونوا لأنفسهم رأياً سليماً في هذه الموضوعات.

ولاشك أن الفرق كبير بين عقلية الشباب المتحركة وعقلية الرجعيين الجامدة. وآية ذلك أن كل ثورة من الثورات السياسية وغير السياسية أنما تنبع أولاً من عقول الشباب ثم تسرى منهم إلى سواهم من المواطنين في الأمة.

أما القيادات الإعلامية

فنحن نعرف أن الإعلام بمعناه الواسع يشمل الأشياء المكتوبة والأشياء

المسموعة، والأشياء المرئية، وقد أشرنا في تضاعيف الكلام عن وسائل الإعلام أنها يجب أن تساير الفترات الزمنية الثلاث للمرحلة الانتقالية.

ففي الفترة الأولى – تبذل وسائل الإعلام أقصى جهدها في نشر الثقة بالأقلية الحاكمة.

وفي الثانية – تقوم وسائل الإعلام مقام الوسيط بين الحاكم والمحكوم، وتسمع هذه الأقلية الحاكمة صوت الشعب المحكوم.

وفي الثالثة – تبلغ وسائل الإعلام أعلى مستوياتها في تمثيل السلطة الرابعة في المجتمع، وهي السلطة الإعلامية أصدق تمثيل وأعظمه.

أما القيادات الأدبية والعلمية والفنية فأصحابها بطبيعة الحال هم وحدهم المثقفون في الأمة. وعليهم واجب كبير هو الاشتراك العقلي في بناء هذه الأمة.

(فالقيادة الأدبية) تهدف إلى خلق أيديولوجية جديدة للأدب، ودعوة إلى نوع جديد من هذا الأدب، وهو هنا (الأدب الهادف). أما الأدب الخيالي أو الرومانسي أو الأدب المبني على الأساطير والخرافات فلا يكون إلا لمجرد الإمتاع والتسلية، وليست هذه الأخيرة محترمة.

(والقيادة العلمية) تمثل في محاولة العلماء في وقتنا هذا اللحاق بركب العلم في الأمم المتقدمة – تلك الأمم التي قلنا أنها قطعت عصر البخار وعصر الكهرباء وأنها تعيش الآن في عصر الذرة، ولا ينبغي لنا أن نكتفي سرد القصص العلمية التي توضح لنا جهود العلماء في ميادين الاختراع ونحو ذلك. بل يجب أن ننتقل من ذلك إلى الاشتراك العقلي في حركة الاختراع نفسها.

(والقيادة الفنية) يتلخص هدفها في جعل الفنون على اختلافها مسايرة لتقدم المجتمع، خادمة لأغراضه الجديدة وأوضاعه الجديدة، معبرة عن آماله العريضة، معنية بالشعب أو بالطبقة الجديدة التي ظهرت في هذا الشعب وهي طبقة العمال ومعها طبقة الفلاحين الموجودة قبل ذلك. وذلك بدلاً من العناية بطبقة الأغنياء وأصحاب

رؤوس الأموال وذوي الجاه والسلطان ومن إليهم.

الحق – أن في وسع الأدب أو الفن أن ينفخ في روح المجتمعات الجديدة، وأن يساعدها على إدراك الحياة الجديدة، والقيم الجديدة والمفاهيم الجديدة.

لعل هذه الأسباب المتقدمة هي التي رمت إلى التفكير فيما سمي (بدستور المثقفين). وقد أعدت (أمانة الفكر والدعوة) بالاتحاد الاشتراكي العربي بالقاهرة هذا الدستور، فقالت في ضرورة الأدب والفن:–

"الأدب والفن الثوريان هما الوجه الآخر من العملة التي تسكها الثورة لنفسها. أما الوجه الأول فهو الوجه الاقتصادي والاجتماعي، ومعنى ذلك أنه يجب أن نتحدث دائماً عن التخطيط الثقافي والفني في نفس الوقت الذي نتحدث فيه عن التخطيط الاقتصادي بوصف أن التخطيطين وجهان لشيء واحد هو الثورة. إن هدف الثورة الاقتصادية والاجتماعية هو إكفاء (أي توفير) الحاجة المادية للمواطن الاشتراكي. وهدفي الفن والأدب هو إكفاء حاجته الروحية .. وما لم يكن لدينا أدب وفن من نوع آخر فلن نستطيع إنجاح الثورة وتدعيمها.

وطرح الدستور هذا السؤال: هل نقف على الحياد بين المذاهب الفنية المختلفة؟ وأجاب عنه بقوله: أن النهج الاشتراكي الذي اخترناه أسلوباً لحياتنا يفرضي الله عنه علينا أن نقف إلى جوار المدارس الفنية التي تناصر الإنسان وتعطف عليه وعلى مشاكله وتهتم اهتماماً أصيلاً بتقدمه.

ثم طرح الدستور سؤالاً آخر وهو: كيف يتجه الكتاب ورجال الإعلام للشعب؟ وأجاب عن ذلك بقوله: أن الهدف الرئيس لأجهزة الإعلام والثقافة هو مساندة عملية التحول الاشتراكي على الصعيد المادي، وإحداث تحويل اشتراكي فكري وفني في قطاع الثقافة والإعلام .. وان الطريقة الوحيدة لفهم الجماهير وتغييرها هي التعبير عن هذه الجماهير فعلاً. وبهذا تتغير الجماهير وتتطور؟ ويتغير معها من يتصدون لقيادتها وتعليمها.

ومن الأسئلة التي طرحها الدستور كذلك: هل الدولة وصية على الفنان؟ وأجاب عن ذلك بالإنكار، ولكن في الوقت الذي لا تقيم فيه الدولة من نفسها وصية على الفنان، فإن من واجبها أن تحرص على توفير الظروف التي تتيح له أن يتحول تلقائياً إلى طريق الاشتراكية .. يجب أن نحذر من مطالبة الفنان بالالتزام الحرفي بتفاصيل الخطة وأهدافها. ونكتفي بأن يؤيد روح الخطة وروح الهدف.


الباب الثالث
الدعاية

الفصل الأول

ما هي الدعاية؟

الدعاية هي محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولهدف معين.

وقد عرفت الدعاية منذ فجر التاريخ، وكانت الخطابة اليونانية القديمة وسيلة من وسائلها. واعترف أفلاطون بقيمة الخطابة في ميدان الدعاية السياسية، وكذلك كان الشعر عند اليونان القدماء. أما العرب فقد كان اعتمادهم على الشعر في الدعاية أكبر من اعتماد غيرهم من الأمم – وذلك باستثناء اليونان والرومان القدماء، وهم الذين اتخذوا من الشعر الحماسي في كل من الإلياذة والأوديسا وسيلة لإثارة الجماهير وإلهاب مشاعرهم.

وأما في المجال الديني فقد لعبت الدعاية دوراً في غاية الخطورة.

وفي عهد البابا جريجوار السابع عقد مؤتمر لنشر الدعاية للمذهب الكاثوليكي. ويقال أن من هذا المؤتمر أخذت كلمة (الدعاية) معناها في اللغات الأوروبية الحديثة.

هذا في التاريخ الأوربي. أما في التاريخ الإسلامي – وفي الحروب الصليبية بنوع خاص – فقد لعبت الدعاية دوراً أهم وأخطر من جميع الأدوار السابقة، ذلك أن فكرة الحرب من حيث هي اشترك في الترويج لها فقهاء الدين عن طريق "القصص الديني" الذي كان يلقى على الجنود في الميدان. وكان يقوم به رجل من أخطر موظفي الدولة وهو "القاص" كما اشترك في الترويج لها كذلك الأدباء من شعراء وكتاب وخطباء أثاروا الحمية في النفوس وأشعلوا نار العصبية الإسلامية حتى تسابق الجند إلى

الاستشهاد في سبيل الله والإسلام وباعوا نفوسهم رخيصة من أجله[1].

ومنذ بداية الحرب العالمية الأولى وفي أثناء هذه الحرب ظهرت الحاجة ماسة إلى الدعاية السياسية، وتطورت الدعاية ذاتها حتى أصبحت علماً من العلوم له قواعده وأصوله. وكان لكل دولة من الدول المشتركة في الحرب العالمية الأولى سياستها في الدعاية التي تخالف بها سياسة الدولة الأخرى.

فسياسة إنجلترا تقوم على إقناع الدول المتحالفة معها بعدالة الإنجليز وأحقيتهم في هذه الحرب وبأن النصر سيكون حليفاً لها في نهاية الأمر.

أما ألمانيا فتقوم سياستها على مجرد الدفاع أو الرد على دعايات الحلفاء وهكذا.

والمهم هو أن الدعاية كانت الأداة السرية الرئيسة في الحرب وكان يطلق على هذه الدعاية السرية عند الإنجليز اسم (الحرب السياسية) وعند الألمان (الحرب الثقافية) وعند الأمريكيين (الحرب السيكولوجية). وكلها تهدف إلى جعل الآخرين يتصرفون كما تريد هذه الدعاية أن يتصرفوا وان يعملوا، وفي ذلك يقول قائد ألماني من قادة الحرب في ذلك الوقت: "إننا نستهلك الكثير من القنابل لندمر بها مدفعاً واحداً في يد جندى. أليس الأرخص من ذلك أن نوجد وسيلة تسبب اضطراب الأصابع التي تضغط على زناد ذلك المدفع في يدي الجندي؟"

من أجل ذلك أخذ الإنجليز ينظمون لأنفسهم في الحرب العالمية الأولى دعاية من هذا النوع. وكانت الصحف إحدى وسائلها. وكان الصحفي الانجليزي (نورتكليف) هو المنظم الحقيقي لها. وكان أسلوب هذا الصحفي يقوم على نشر روح الهزيمة في داخل ألمانيا اعتماداً على القاعدة التي تقول أن روح الهزيمة إنما تبدأ أولاً في الجبهة الداخلية للعدو.

---

(1) لمن أراد المزيد عن حركة الإعلام والدعاية الإسلامية في أثناء الحروب الصليبية أن يرجع إلى كتاب (أدب الحروب الصليبية للمؤلف. طبع دار الفكر العربي بالقاهرة).

أنواع الدعاية

والدعاية في ذاتها أنواع أو ألوان منها:

١- الدعاية البيضاء.

٢- والدعاية السوداء.

٣- ودعاية تتخذ لنفسها لوناً بين الأبيض والأسود وتسمى الدعاية الرمادية.

فالدعاية البيضاء: هي الدعاية المكشوفة غير المستورة، وهي عبارة عن النشاط العلني من أجل هدف معين. كما يكون ذلك في الصحف والإذاعة ووسائل الاتصال بالجماهير.

والدعاية السوداء: هي الدعاية المستورة. وتقوم عادة على نشاط المخابرات السرية. ولا تكشف الدعاية السوداء مطلقاً عن مصادرها الحقيقية، ولكنها تنمو وتتوالد بطرق سرية. وذلك في داخل أﷺ العدو أو على مقربة منها.

والدعاية الرمادية: هي الدعاية التي لا تخشى من أن يقف الناس على مصادرها الحقيقية. ولكنها تختفي وراء هدف من الأهداف. ومن الأمثلة عليها إذاعات أوربا الحرة .. وهي عبارة عن شبكة من المحطات الإذاعية تتولاها (اللجنة الأهلية لأوربا الحرة باسم الإذاعة الموجهة) إلى دول شرقى أوربا وجنوبى شرقها، وهي بولندة وتشيكوسلوفاكيا، والمجر، ورومانيا، وبلغاريا. والهدف من هذه الإذاعات الموجهة إنما هو إحباط الدعاية الشيوعية في تلك البلاد.

ويصح أن ننظر إلى الإذاعة الموجهة – وهي جزء من برامج الإذاعة في الجمهورية العربية المتحدة – على أنها من هذا النوع بالرغم من أن اللون الغالب على هذه الإذاعة الموجهة في مصر هو اللون الثقافي. أي أن الدعاية التي عن هذا الطريق دعاية غير مباشرة. والدعاية غير المباشرة أقوى تأثيراً بدون شك من الدعاية المباشرة.

وسائل الدعاية السوداء

وللدعاية السوداء فيما عدا الإذاعة السرية وسائل أخرى كثيرة. منها وسيلة الصحف السرية والنشرات أو المطبوعات السرية. وتزييف أغلفة الصحف الوطنية. كما فعلت إسرائيل في استخدامها غلاف مجلة مصرية هي مجلة (روز اليوسف) في نشر دعاية سوداء ضد الجمهورية العربية المتحدة.

أساليب الدعاية

للدعاية في ذاتها عوامل وأساليب كثيرة منها على سبيل المثال:

١- أسلوب النكتة

وللنكتة تأثير كبير في الرأي العام كما نعرف. وخاصة في الشعوب التي تميل بطبيعتها إلى ذلك، كالشعب المصري. وقد يحدث أحياناً أن يكون لبعض النكات تأثير في الرأي العام أكبر وأعمق من تأثير المقالات الصحفية والأحاديث الإذاعية. ولذلك تعني البلاد المعادية دائماً بجمع النكات ذات الهدف السياسي. فعلت ذلك إنجلترا في أيام موسوليني وحاولت سنة ١٩٥٦ – أي في أثناء العدوان الثلاثي على مصر – أن تستغل بعض هذه النكات في نقد الأوضاع القائمة في مصر فأشاعت النكتة التالية: "اشترى رجل أقة سمك. وتوجه بها إلى منزله. فقالت له زوجته. مفيش زيت (باللهجة العراقية: ماكو دهن). فذهب الرجل إلى البقال ليشتري زيتاً. فوجد طابوراً من الناس أمام البقال ينتظرون وصول الزيت. وأخيراً وبعد طول انتظار لم يصل الزيت. فعاد الرجل غاضباً إلى منزله وأخذ السمك وألقى به في النيل. فأخرج السمك رأسه من الماء وقال .. يعيش جمال عبد الناصر"

وبتحليل هذه النكتة والبحث عنها وجد أنها أخذت أخذاً من الكتاب الذي جمعت فيه النكات التي ترجع إلى أيام موسوليني ولم يحدث التغيير إلا في عبارة "يعيش

الدوتشي". فقد حذفت وحل محلها "يعيش جمال عبد الناصر"[1].

٢- أسلوب التكرار

وهو من أهم أساليب الدعاية في الواقع ومن أهم أساليب الإعلان كذلك. ومن أجل هذا لا تكتفي سلعة من السلع في الإعلان عن نفسها بمرة واحدة في الصحف أو الإذاعة أو التلفزيون ولكنها تأخذ في تكرار الإعلان عن نفسها بكل الوسائل المتقدمة حتى تطمئن إلى أن هذا الإعلان قد استقر في أذهان الناس بصورة عميقة وطويلة الأمد.

وكذلك الدعاية السياسية أو الاجتماعية لا غنى لها مطلقاً عن التكرار وسيلة من وسائل تثبيت المعلومات في عقول الجمهور فعلى الصحف – والإذاعة والتلفزيون وجميع وسائل الإعلام المعروفة أن توالي نشر الموضوعات التي تتصل بانتصارات الشعب، ومؤامرات الاستعمار وحيله وألاعيبه. وعليها أن تقوم بواجب الرد على دعاية السوداء. ولعل إذاعة (صوت العرب) في القاهرة أقوى مثل على ذلك.

٣- الأسلوب الديني

وقد اعتمدت العصور الإنسانية كلها تقريباً على هذا الأسلوب. ويكفي أن نذكر الحروب الصليبية، وما قام به الخطباء الدينيون من الجهد الكبير في مساندة السلطان صلاح الدين الأيوبي وأولاده في هذه الحرب. وظفر صلاح الدين بفتح بيت المقدس. فتزاحم الشعراء لتهنئته في ذلك اليوم ومنهم الشاعر الذي قال:

أتـــرى منامـــاً مـــا بعيـــني أبصـــر ... القـــدس يفـــتح والفرنجـــة تكســـر

مـــن كـــان هـــذا فتحـــه لمحمـــد ... مـــاذا يقـــال لـــه ومـــاذا يـــذخر

وأما الخطباء فقد تباروا كذلك في إذكاء الروح الديني بكلمات. لا يتسع المجال لذكرها. وليرجع إليها من أراد في كتاب الروضتين في أخبار الدولتين لأبي شامة.

(١) من محاضرات ألقاها الدكتور محمَّد عبد القادر حاتم على طلبة قسم الصحافة بجامعة القاهرة.

وفي مصر في أثناء العدوان الثلاثي سنة ١٩٥٦، كان من الأناشيد الحماسية التي ألهبت نفوس الشعب كله نشيد ..

الله أكبر الله أكبر

الله أكبر فوق كيد المعتدي

والله للمظلوم خير مؤيد .. الخ

٤- أسلوب الكذب والاختلاق

وللدعاية في الواقع أساليب غير مشروعة منها أسلوب التحريف والتزييف، وأسلوب الحذف أو البتر، وأسلوب الكذب والاختلاق. وقد اعتمد (جي دي موليه) على هذا الأسلوب الأخير في أثناء العدوان الثلاثي على مصر فأذاع بأن الجيش الفرنسي سيطر سيطرة تامة على مدينة الإسماعيلية. غير أنه عقب هذا التصريح الكاذب بساعة ونصف ساعة كان الفرنسيون المقيمون في الإسماعيلية قد أبرقوا إلى باريس يقولون أن (جي دي موليه) كذب فيما أدلى به من تصريح.

٥- أسلوب الاستضعاف والاستعطاف

ومن الأساليب الهامة في الدعاية أسلوب الاستضعاف بغية التأثير في نفوس الشعوب والحكومات. وعليه تعتمد الصهيونية كثيراً في نشر دعايتها ضد الدول العربية في ربوع أمريكا، وهي الدعاية التي تدافع بها إسرائيل عن كيانها وبقائها في المنطقة ... ومن ذلك ما تعتمد عليه الصهيونية هناك في أميركا من استخدام عبارات مؤثرة في نفوس الشعب – الأميركي مثل قولهم (أعطونا لنعيش). ومع هذه العبارة رسم لطفل صغير يريد الطعام فلا يجده. وبذلك يستدرون عطف الأمريكيين ويستجدون عطاءهم.

٦- الأناشيد والأغاني

وقد ثبت أن هذا الأسلوب من أهم أساليب الدعاية. وكانت تجربة العدوان الثلاثي على مصر من أقوى الشواهد على ذلك. وكما نجحت الدعاية الشعرية في

انتصار السلطان صلاح الدين على الصليبيين في العصور الوسطى، فكذلك نجحت الأغاني والأناشيد الوطنية في نجاة مصر من العدوان الثلاثي.

ويطول بنا القول لو أردنا أن نستعرضي الله عنه طائفة من هذه الأناشيد – والأغاني. وقد أشرنا منها إلى نشيد (الله أكبر). ومن هنا أصبح لكبار المغنين في مصر من أمثال مُحَّد عبد الوهاب وعبد الحليم حافظ وفريد الأطرش والسيدة أم كلثوم دين كبير في عنق الوطنية المصرية العربية التي كتب لها النصر في ذلك الوقت.

٧- الشعارات

والشعارات عبارة عن الكلمات البسيطة التي تصدر عن الزعماء في كل حركة من الحركات السياسية والاجتماعية ثم يرددها الشعب نفسه كما يردد الأغاني والأناشيد القومية. ففي الثورة الشعبية لسنة ١٩١٩ كان من الشعارات التي يرددها الزعيم سعد زغلول قوله "الحق فوق القوة والأمة فوق الحكومة". وقوله "الاستقلال التام أو الموت الزؤام" الخ.

ومن الشعارات التي كان يرددها الرئيس جمال عبد الناصر في ثورة سنة ١٩٥٢ ومازال يرددها قوله "ارفع رأسك يا أخي فقد مضى عهد الاستعباد" ...

إن هذه الشعارات تذكرنا دائماً بما كان للأحاديث النبوية الكريمة من قوة التأثير على المسلمين – والقياس هنا مع الفارق البعيد بينهما.

وللرسول الكريم "ﷺ" من الأحاديث النبوية ما يقوم مقام هذه الشعارات السياسية أو الدينية. ويزيد عليها كثيراً في قوة التأثير على النفوس.

ومن ذلك قوله: "المسلم للمسلم كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضا".

وقوله: "الجنة تحت ظلال السيوف".

وقوله: "المسلم من سلم الناس من لسانه ويده".

وقوله: "إن الدين متين. أوغل فيه برفق. أن المنبت[1] لا أرضي الله عنهاً قطع

([1]) المنبت: هو الذي انقطع عن أصحابه في السفر لأنه أجهد دابته لكي يسبقهم فنفقت دابته.

ولا ظهراً أبقى" الخ ...

٨- أسلوب منطاد الاختبار أو جس نبض الرأي العام

ويكون ذلك غالباً عن طريق الشائعات وإطلاقها بين الناس في وقت معين، ثم القيام بتحليل الرأي العام بالنسبة لهذه الشائعات. فإذا أثبت التحليل نجاحها ذاعت وتكررت. وإذا أثبت فشلها عدل عنها إلى غيرها وهكذا.

وكثيراً ما تعتمد وكالات الأنباء على هذا الأسلوب الأخير من أساليب الدعاية. فتنسب الوكالة كلاماً معيناً إلى شخصية مسئولة في إحدى الدول ضد دولة أخرى. وهنا يحدث هذا التصريح بلبلة في الأفكار لابد أن تقابله الدولة المقصودة بهذا التصريح بمجهود دعائي كبير للعمل على إحباطه. وقد يكون جس نبض الرأي العام بطريق مقالة تنتشر في الصحف

حول موضوع معين. فإذا رضي الله عنهي عنه الرأي العام أعلن صاحب المقال – وكثيراً ما يكون رئيس الدولة أو رجلاً مسئولاً فيها – أنه صاحب الفكرة. وإذا سخط الرأي العام فإن كاتب المقال يصرح بأنه لا يوافق على الفكرة أو الموضوع إيثاراً للصالح العام للأمة.

عد العلماء من أساليب الدعاية هذه ثلاثين أسلوباً. وقد اكتفينا نحن منها بهذا القدر. ذلك أن العبرة من هذه الأسباب والعوامل ليست في كميتها ولكن في الطريقة التي تمارس بها.

على أن العقل البشري يخترع في كل يوم جديداً من هذه الطرق والأساليب كما سيتضح لنا ذلك بجلاء عند الكلام عن الدعاية النازية، والدعاية الصهيونية، والدعاية السوفيتية[1].

([1]) رأينا أن نسبق ذلك بالكلام عن نموذج من نماذج الدعاية الاسلامية في العصر الوسيط – هو الدعاية الأموية – وذلك بعد أن تحدثنا في كتابنا السابق (الاعلام له تاريخه ومذاهبه) عن الدعاية الفاطمية والدعاية الأيوبية.

الفصل الثاني

الدعاية الأموية

من الحقائق التي لا تحتاج إلى تدليل أن الإسلام – باعتباره ديناً – لم يحتج إلى دعاية وإنما احتاج إلى إعلام، ولكن الإسلام – باعتباره سياسة – احتاج إلى الدعاية قبل كل شيء. أجل لم يكن الدين الإسلامي بحاجة إلى (دعاية) بل كان بحاجة إلى (إعلام). والإعلام هو إذاعة الحقائق والوقائع كما حدثت بصورها الحقيقية. وأما الدعاية فهي في اجتذاب الجماهير ولو كان ذلك عن طريق الباطل في بعض الأحايين. والإسلام حق، والرسول حق، والقرآن حق (كتاب لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه) تنزيل من عزيز حكيم.

من أجل ذلك لا يستطيع التاريخ أن يفسر حركة واحدة من حركات الرسول ولا كلمة واحدة من كلماته على أنها دعاية. ولكن يستطيع أن يفسر كل هذه الحركات والخطب والأحاديث النبوية على أنها إعلام بأكمل ما تحمل هذه الكلمة من معنى. حتى الشعر الذي كان يلقيه الشعراء بين يدي صاحب الرسالة – كشعر حسان بن ثابت – لم يكن من قبيل الدعاية للإسلام ولا لنبي الإسلام لأن الإسلام ونبيه لم يكونا بحاجة إلى شيء من ذلك. بل إن القرآن نفسه ذم الشعراء ... قال تعالى: (والشعراء يتبعهم الغاوون. ألم تر أنهم في كل واد يهيمون، وأنهم يقولون ما لا يفعلون). هذا مع علمنا بأن النبي كان يستمع إلى الشعراء، وكان يثيب بعضهم كذلك. وقل مثل ذلك في الشرائع والعبادات التي سنها الإسلام كالصلاة والصيام والحج. فلم يكن اجتماع المسلمين للصلاة يوم الجمعة أو في الأعياد للدعاية أو الإعلان. ولا كان اجتماع المسلمين في مكة للحج كل عام للدعاية والإعلان. إنما

كانت هذه الشعائر الدينية تقام لوجه الله تعالى لا للتظاهر أو الفخر أو الزهو وغير ذلك من معاني الجاهلية.

وانقضى عهد الرسول عليه الصلاة والسلام وتبعه عهد الخلفاء الراشدين وكان في حقيقته امتداداً لعهد صاحب الرسالة. ولم يستطع التاريخ أن يفسر حركات عمر وعثمان وعلي بن أبي طالب بأنها دعاية. ذلك أن عهد الخلفاء الراشدين كعهد صاحب الرسالة كان يعتمد على (الإعلام) وليس على (الدعاية). ومن ثم نظر التاريخ إلى عصر صدر الإسلام، على أنه العصر الذهبي لهذه الأمة الإسلامية، وذلك من حيث نقاء العقيدة، واستقامة الطريقة، وحسن الأمثولة.

ثم ظهرت الدولة الأموية. وبهذه الدولة الجديدة تحولت الخلافة الإسلامية إلى حكم استبدادي على غرار الحكم الفارسي المعروف قبل ظهور الإسلام. ومنذ ذلك التاريخ انقسم المسلمون إلى فرق دينية كثيرة، ربما كان أهمها ما يلي:-

فرقة أهل السنة، وفرقة المعتزلة، وفرقة الشيعة.

وإذ ذاك حل الخصام بين هذه الفرق محل الوئام. واضطربت الحياة الإسلامية ذاتها ولم تعد بحاجة إلى الإعلام قدر حاجتها إلى الدعاية.

أما مذهب أهل السنة فعليه الكثرة الغالبة من المسلمين في مشارق الأﷺ ومغاربها. وعليه كذلك الدولتان الأموية ثم الدولة العباسية في أكثرها.

وأما مذهب الشيعة – وهم المتشيعون لعلي بن أبي طالب (رضي الله عنهى الله عنه) – فقد انتشر في العراق وإيران. وعليه كانت دولة كبيرة في تاريخ مصر هي الدولة الفاطمية.

وأما مذهب المعتزلة – وهم فرقة دينية بلغت أوجها في القرن الثالث الهجري – فقد تحمس له بعض الخلفاء العباسيين .. واتخذوا الاعتزال مذهباً رسمياً للدولة. وكان الكاتب العربي المعروف بالجاحظ أكبر الدعاة لفرقة المعتزلة التي هي في الأصل إحدى فرق السنة ثم استقلت بهذا المذهب. ولكن:

ما هي الأسس التي بنيت عليها الدعاية في الإسلام؟

كان الأساس الذي بنيت عليه الدعاية والإعلام عند أهل السنة هو (النقل) لا (العقل). فكل ما نقل عن القرآن الكريم أو نقل عن الرسول العظيم كان يعتبر قاعدة أساسية للحياة الإسلامية من جميع جوانبها. وأما ماعدا ذلك فإنه لا يلتفت إليه مهما كان المصدر الذي نقل عنه.

وكان الأساس الذي بنيت عليه الدعاية والإعلام عند الشيعة يختلف باختلاف الفرق الدينية التي تنتمي إلى هؤلاء. (فالإمامية) من فرق الشيعة تستند في الإعلام والدعاية إلى (العقل) و(الغلاة) من فرق الشيعة يستندون إلى أساس غريب كل الغرابة على أهل السنة. وهذا الأساس هو القول (بالعلم الباطن). وهو العلم الذي زعموا أن علي بن أبي طالب ورثه عن الرسول صلوات الله عليه وسلامه قبل موته. ثم ورثه علي أبناءه من بعده.

أما المعتزلة فقد اشتركوا مع الإمامية من فرق الشيعة في الأساس الذي بنو عليه إعلامهم ودعايتهم وهو (العقل). ولكنهم – أي المعتزلة – زادوا عليهم في ذلك. ولذا أطلق المؤرخون على المعتزلة – بنوع خاص – اسم (المفكرين الأحرار). غير أن هؤلاء المعتزلة وضعوا لأنفسهم قاعدة في غاية الخطورة، وهي أنهم بنو إعلامهم ودعايتهم على (الإقناع) فإن لم يأت بفائدة فبشيء أخطر من ذلك هو (السيف). من أجل ذلك تعرضي الله عنهت للسيف رقاب الكثرة من الفقهاء السنيين الذين خالفوا المعتزلة في مسائل كثيرة من أهمها القول بخلق القرآن. لنا بعد ذلك أن نبحث في:

وسائل الدعاية لكل مذهب من المذاهب السابقة

تلك هي الأسس التي بنيت عليها الدعاية في كل مذهب من المذاهب المتقدمة. أما الوسائل التي مارستها الدعاية في كل واحد منها فتتلخص فيما يلي:–

كانت وسائل الإعلام والدعاية للقائلين بمذهب أهل السنة في الكتاب والقصيدة والخطبة على هذا الترتيب. كما كانت وسائل الإعلام والدعاية القائلين

بمذهب الشيعة لا تعدو القصيدة والكتاب والخطبة بهذا الترتيب المغاير للترتيب الأول بعض الشيء.

وأما وسائل الدعاية والإعلام للقائلين بالاعتزال فكانت تنحصر في واحدة فقط هي (المناظرة) بوصفها الطريق للإقناع. وكثيراً ما كانت هذه المناظرات تجمع في كتاب، وكثيراً ما تظهر كتب أخرى في الرد على هذا الكتاب وهكذا.

ولو بقيت جميع الفرق الدينية على هذه الوسائل التي أشرنا إليها في ميدان الإعلام والدعاية لهان الأمر ولاستطاعت هذه الفرق أن تكتب أنصع صفحة من صفحات الإعلام والدعاية في تاريخ الإسلام. ولكن حدث غير ذلك. حدث أن اعتمدت هذه المذاهب كلها بعد ذلك على القوة واستعمال السيف. فقام السف – تمثيل أشنع مأساة في تاريخ الإسلام، على يد معاوية بن أبي سفيان وأولاده – وذلك بدافع الكراهية الشديدة لعلي بن أبي طالب وأولاده. من أجل ذلك روى لنا التاريخ كثيراً من تلك المآسي الأموية التي كشفت لنا عن شيئين هامين هما:–

الأسلوب الذي اعتمد عليه بنو أمية في دعايتهم والوسيلة التي نشروا بها تلك الدعاية. أما الأسلوب الذي بنو عليه إعلامهم ودعايتهم واتخذوا منه حجة على خصومهم فواحد فقط، وهو أسلوب (النقل) لا (العقل). ومن ثم عمد الخلفاء الأمويون إلى طريقة غريبة في الدعاية ضد الشخصية التاريخية العظيمة التي كانوا يكرهونها من أعماق قلوبهم، ويرون فيها الخطر كل الخطر على كيانهم، وهي شخصية الإمام علي بن أبي طالب رضي الله عنهي الله عنه.

أجل – عمد الخلفاء الأمويون إلى طرق التحريف والزيف والاختلاق في النقل. وبلغ بهم الإسراف في ذلك إلى حد أنهم حملوا العلماء على الكذب في تفسير بعض آيات القرآن الكريم تفسيراً يخرج به علياً نفسه عن ساحة الدين ويعتبر به عدواً لله ولرسوله وللمسلمين .

وكذلك فعلوا ببعض الأحاديث النبوية التي أجروها على ألسنة بعض

الشخصيات المرتزقة، ورواها العلماء والفقهاء على أنها أحاديث صحيحة، لا لشيء إلا لأنها منقولة. والنقل عندهم – لا العقل – هو الأساس. وكان على الخليفة الأموي بعد ذلك أن يعطي هؤلاء وهؤلاء من المال ما يملأ به جيوبهم، ويفسد به ضمائرهم، ويبيعون به آخرتهم بدنياهم. كل ذلك إرضاء منهم للخليفة الذي أكل قلبه الغيظ من علي، والقلق والفزع من أولاده.

عرضي الله عنه لنا التاريخ منظراً من أولى مناظر العداوة بين علي ومعاوية في صورة الخليفة عثمان بن عفان (رضي الله عنه) وهو جالس في بيته يقرأ القرآن، وقد أحس بحركة الغدر التي يقوم بها بعض المسلحين لقتله. وإذ ذاك بعث إلى علي بن أبي طالب بهذا البيت المشهور من الشعر:

إذا كنت مأكولاً فكن أنت آكلي   وإلا فأدركني ولما أمزق

فبعث إليه علي بن أبي طالب بجماعة من أصحابه وعلى رأسهم ابنه الحسن. ووقف هؤلاء يحرسون باب الخليفة. ولكن الثوار تسلقوا عليه الجدار، واستطاعوا أن يقتحموا عليه الدار وطعنه كل واحد منهم طعنة ثم لاذ بالفرار.

ترى ماذا فعل معاوية إذ ذاك؟ لقد بعث إلى المدينة من أتى له بقميص عثمان وعليه دمه – فيما زعم – وحملوا القميص على علم، ووصلوا به إلى معاوية ففرشه على الأرض وجمع أصحابه، وجلسوا يبكون على عثمان بن عفان ويتهمون علياً بقتله. ثم حدث بعد ذلك من الوقائع الحربية بين علي ومعاوية ما هو معروف في التاريخ.

والآن نترك هذه الحركة المسرحية البارعة ونستعرضي الله عنه بعض النصوص فمما نصطدم به في هذا المجال الأبيات التي رويت عن مقتل الحسين (عليه السلام) ومعاوية، وتثبت لنا بما لا يدع مجالاً للشك أن الدعاية هي التي قتلت علياً فمما تصطدم به في هذا المجال الأبيات التي رويت عن مقتل الحسين (عليه السلام) كما وردت في العقد الفريد:

[... قتله – أي قتل الحسين (عليه السلام) – سنان بن أبي أنس، وأجهز عليه خولة بن

يزيد الأصبحي، من حمير، وحز رأسه وأتى به عبيد الله وهو يقول:

أوقـــر ركـــابي فضـــة وذهبـــا   أنا قتلـــت الملـــك المحجبـــا

خير عباد الله أماً وأبا

فقال له عبيد الله بن زياد إذا كان خير الناس أماً وأباً وخير عباد الله، فلم قتلته، قدموه فاضربوا عنقه، فضربت عنقه[1].

ثم استمع إلى رنة الفرح والشماتة والرضي الله عنهى عن تلك الجريمة وذلك في قول الشاعر (عمران بن حطان) حيث يقول:-

يا ضـــربة مـــن تقـــي مـــا أراد بهـــا   إلا ليبلـغ مـن ذي العرش رضـي الله عنهـوانا

إني لأذكـــــره يومـــــاً فأحســـــبه   أوفى البريـــة عنـــد الله ميـــزانا !!

هكذا نجح بنو أمية في دعايتهم ضد علي وأولاده وأمنوا على أنفسهم من كرههم. وساعدهم على ذلك في الواقع أمران لا ثالث لهما:

أولهما – تفشي الجهل في الناس وعجز أكثرهم عن التفقه في الدين وفهم المبادئ التي بشر بها الإسلام.

ثانيهما – اعتماد العلماء الأمويين من أهل السنة – كما – إذا صحت الروايات التاريخية المتواترة – على أسلوب (النقل) دون العقل، فيكفي أن يشيع بينهم حديث مكذوب فيه ذم للإمام علي – (كرم الله وجهه) – حتى تروي الكثرة من الفقهاء ورجال الدين هذا الحديث دون أن يكلفوا أنفسهم جهداً في تمحيصه أو تحقيقه أو التأكد من صحته. وبذلك فتح أمثال هؤلاء الفقهاء ورجال الدين أمام الخلفاء باب الاختلاق والأكاذيب، وهان عليهم أن يفسروا بعض الآيات القرآنية تفسيراً مبنياً على الهوى، بل تفسيراً ليس له من غاية سوى الدعاية السوداء ضد علي

---

(1) العقد الفريد جـ ٤ ص ٣٨٠ – ٣٨١ ط. عام ١٩٤٤، القاهرة.

وأولاده والقضاء عليهم مادياً ومعنوياً وتاريخياً ودينياً ومذهبياً في وقت معاً !!

وقد درج المؤرخون المسلمون في كتبهم على تسمية (الدعاية) باسم السياسة. واستمع إلى المسعودي إذ يقول[1]:-

"وبلغ من إحكام معاوية للسياسة وإتقانه لها واجتذاب قلوب خواصه وعوامه أن رجلاً من أهل الكوفة دخل ببعير إلى دمشق في حال منصرفهم (أي منصرف الأمويين) عن صفين. فتعلق به رجل من دمشق فقال: هذه ناقتي أخذت مني بصفين. فارتفع أمرهما إلى معاوية. وأقام الدمشقي خمسين رجلاً يشهدون أنها ناقته. فقضى معاوية للدمشقي على الكوفي وأمره بتسليم الناقة إليه.

فقال الكوفي .. أصلحك الله أيها الأمير إنه جمل وليس بناقة.

فقال معاوية .. هذا حكم قد مضى!

ثم دس معاوية إلى الكوفي بعد تفرق الجماعة من أحضره إليه ثانية. وسأله معاوية عن ثمن البعير ودفع إليه حصته، وبره، وأحسن إليه، قال له:- أبلغ علياً إني أقابله بمائة ألف ما فيهم من يفرق بين الناقة والجمل .

إن أيسر ما نفهمه من هذه القصة وأمثالها أن معاوية ابن أبي سفيان استغل سذاجة الكثرة الغالبة من المسلمين في فرضي الله عنه آرائه على الناس وزرع الكره في قلوبهم لعلي وأولاده من بعده، وفي سقي هذا الزرع بكل ما يملك من وسائل الدعاية السوداء. وهي دعاية مبنية على الأكاذيب والتلفيق ولا شيء غير ذلك.

قيل أنه بلغ من أمر طاعة أهل الشام لمعاوية أنه صلى بهم عند مسيرتهم إلى (صفين) صلاة الجمعة في يوم الأربعاء[2].

وتبلغ الدعاية الأموية ذروتها بهذا الأسلوب العجيب من أساليب التشنيع، وهو

---

(1) مروج الذهب ج ٢ ص ٧٢، المطبعة البهية المصرية.

(2) شرح النهج لابن أبي الحديد. ج ١. ص ٣٥٨.

وضع الروايات التي تطعن علياً في أعز ما لديه وهو الدين. ومن ذلك ما رواه الزهري أن عروة بن الزبير حدثه فقال:-

حدثتنى عائشة قالت:- كنت عند رسول الله ﷺ إذ أقبل العباس وعلي. فقال النبي " ﷺ" يا عائشة إن هذين (يشير إلى العباس وعلي) يموتان على غير ملتي.

وأخيراً نصل إلى أعجب ما رواه التاريخ من أن معاوية بذل (لسمرة بن جندب) مائة ألف درهم ليقرأ الآية الكريمة :-

(ومن الناس من يعجبك قوله في الحياة الدنيا ويشهد الله على ما في قلبه وهو ألد الخصام. وإذا تولى سعى في الأﷺ ليفسد فيها ويهلك الحرث والنسل. والله لا يحب الفساد). ويقول أنها نزلت في علي[1] وأن الآية الكريمة:- (ومن الناس من يشتري نفسه ابتغاء مرضي الله عنهاة الله) قد نزلت في عبد الرحمن بن ملجم فلم يفعل سمرة ذلك، فبذل له معاوية مائتي ألف درهم فلم يقبل، فبذل له أربعمائة ألف درهم فقبل؟

عندي أن هذه الروايات المتقدمة ربما كانت موضعاً للشك. وقد لا يستطيع الباحث أن يؤمن بواحدة منها لأنها – على أقل تقدير – لا تساير الحقيقة ولا الواقع في شيء. وحسبنا أن ننظر من هذه الروايات كذلك إلى الرواية التي تقول:

"حدثني فلان عن فلان أن النبي " ﷺ" لما حضرته الوفاة أوصى أن تقطع يد علي بن أبي طالب عليه السلام. أن أقل تفكير في مثل هذه الرواية الأخيرة يجعل المسلم العادي لا يؤمن بها، مهما كان سندها، أو كان الناقلون لها.

ولو كان البحث الذي نخوض فيه تاريخياً صرفاً لرفضا مع الرافضين كل هذه الروايات رفضاً باتاً، ولم نستطع أن نبني عليها رأياً. ولكن البحث الذي نخوض فيه موضوعه الدعاية لا التاريخ.

---

(1) جعفر الخلبي، مقدمته لكتاب عنوانه (الإمام علي نبراس ومتراس)، ص ١٧ – نقلاً عن شرح النهج لابن أبي الحديد.

وهنا – أي في هذا المجال الأخير وهو مجال الدعاية – يمكننا التعويل على هذه الروايات. ومعنى ذلك أننا لا نستبعد أن نرى الحقد والحفيظة والحرص على الخلافة يحمل بعض بني أمية وأولهم معاوية بن أبي سفيان – على التلفيق أو الوضع على هذا النحو. شأن الأمويين في ذلك شأن الدول الحديثة – وخاصة (إسرائيل) – حيث نجد هذه الدولة تجبر الصحف العالمية إجباراً على نشر مقالات عدائية ضد العرب، وتبذل لهذه الصحف كثيراً من الأموال في سبيل هذه الغاية.

ثم كان من الوسائل العجيبة التي استخدمها الأمويون كذلك وسيلة (اختراع الشخصيات). كما فعلوا بأسطورة (عبد الله بن سبأ) التي نسجها خيال رجل من تميم عاش في عصر الرشيد. واسمه (سيف بن شمر). زعم هذا الرجل أن عبد الله بن سبأ يهودى أسلم في خلافة عثمان بن عفان. (ﷺ)، وأنه المصدر الذي صدر عنه كل ما دخل على السلام من (الإسرائيليات)، وهي روايات مختلقة من شأنها زعزعة الثقة بالإسلام. وبقيت هذه الأسطورة المنسوبة إلى عبد الله بن سبأ مستورة إلى عهد الطبري ثم نقلها هذا المؤرخ الكبير دون أن يجهد نفسه وعقله في تحقيقها مع أنها نسجت لغاية واحدة فقط هي التشهير بعلي بن أبي طالب (ﷺ)[1].

وندع (الترغيب) بالمال والجاه والمنصب – على حد قول الأستاذ جعفر الخليلي – وننظر إلى (الترهيب) بالسيف والعزل والسحق والمصادرات ونحو ذلك ونجد لهذه الدعاية الأموية صفحة سوداء ملطخة بالدم لا ينظر إليها المؤرخ إلا وشعر نحوها بشيء كثير من الألم والنفور. وإذا أراد المؤرخ أن يتخفف من هذا الشعور فلا سبيل إلى شيء من ذلك إلا الشك في جميع الروايات من أولها إلى آخرها. ولكن من أين له هذا الشك وكتب التاريخ تؤيد هذه الروايات وتزيد عليها، وتحفل بها وتأبه لها.

ومثل هذه الصفحة السوداء للدعاية الأموية وربما أحلك منها كانت للخليفة

---

(1) راجع السيد مرتضى العسكري في كتابه (عبد الله بن سبأ). ولعله خير من عالج هذه القضية التاريخية إلى اليوم.

المنصور من خلفاء الدولة العباسية. فقد روى لنا التاريخ من بطش هذا الأخير بأولاد علي وبالموالي ممن يدينون بمذهب الشيعة وحب آل البيت ما تقشعر له الأبدان ويندى له جبين الأخلاق وتذوب الإنسانية خجلاً من النبي " ﷺ" يا عائشة إن هذين (يشير إلى العباس وعلي) يموتان على غير ومنسوبة إلى شخص واحد فقط هو المنصور؟.

ولكن لماذا لجأ الخلفاء الأمويون إلى كل هذه الضراوة والوحشية في معاملة العلويين؟ لقد فعلوا ذلك لشعورهم بالمنزلة الكبيرة التي للعلويين فى قلوب الشعب الإسلامي، ولإحساسهم بالفرق الكبير بينهم وبين العلويين من هذه الناحية. وسنرى بعد قليل كيف أن هذا الشعور كان يخالج العباسيين أنفسهم أيضاً برغم أنهم ينتسبون إلى العباس عم النبي " ﷺ".

هنا نسأل أنفسنا هذا السؤال:-

ما هو الأثر الذي تركه هذا التوحش من قبل الخلفاء الأمويين في نفوس الشعب؟ الحق - لقد كان هذا الأثر عظيماً ورهيباً وعميقاً في وقت معاً. فمن ذا الذي يجرؤ بعد أن يرى ويسمع بمثل هذه الوحشية أن يقول شيئاً أو يكتب شيئاً أو يسلك سلوكاً يثير الريب في نفس الخليفة أو الوالي أو الأمير؟

وما دمنا نذكر (الترهيب) باعتباره وسيلة من وسائل الدعاية الأموية فلا ينبغي أن ننسى كلاً من (زياد بن أبيه والحجاج)، وما فعله كل منهما بأهل العراق حتى أخافوهم وأرهبوهم وملئوا قلوبهم بغضاً وحذراً من كيد الخلافة الأموية. وقد روينا لك أيها القارئ طرفاً من هذه الأفعال التي نسبت إلى زياد والحجاج على سبيل الدعاية للدولة الأموية وهي الدعاية التي كان يمارسها العرب في العصر الوسيط.

ووصل بنا الحديث عن هؤلاء الولاة العتاة من قبل الدولة الأموية إلى الحديث عن ذلك الوالي الذي صعد المنبر وخاطب أهل العراق قائلاً لهم: "بلغني أنكم كنتم تلقبون ولاتكم بألقاب تعرفونهم بها. إلا - وان لي لقباً ستعرفونني به دائماً. فأنا

الجزار! ثم نزل.

غير أن هذه الدعاية الأموية التي نجحت نجاحاً باهراً في الشام – مقر الخلافة – كان لها رد فعل في الأقطار الإسلامية الأخرى. ومنها العراق وإيران. وهذا هو السبب الذي من أجله ظهر (الغلاة) من الشيعة. وهم الذين أنهوا علي بن أبي طالب – أعني خلعوا عليه صفات الإلوهية – وأضافوا إليه. كل معجزة لم يستسغ العقل نسبتها إلى الأنبياء، فكيف نسبتها إلى الخلفاء[1].

الدعاية السرية وحادث قيام الدولة العباسية

هذا مثال آخر من أمثلة الدعاية الإسلامية التي قامت بها الخلافة الأموية. وإليك مثلاً آخر من أمثلة الدعاية الإسلامية نجده بوضوح في قيام الدولة العباسية بعد سقوط الدولة الأموية.

"ونحن نعرف أن الدولة الأموية كانت تميل إلى العرب وتكره الموالي من الفرس. كما نعرف أن الموالى أغضبهم ذلك وأسروا في أنفسهم شراً للعرب، وتواصوا فيما بينهم على قلب الدولة الأموية العربية النزعة. وكان أكثر هؤلاء الموالي إذ ذاك من الشيعة الذين عرفوا بحب آل البيت فقالوا فيما بينهم: نطالب بالخلافة للعلويين. وحجتهم في ذلك أن العلويين أحق الناس بالخلافة وأحقهم بوراثتها عن النبي.

وبدؤوا دعوتهم سراً – لم يكن يعلم بهم أحد في أول الأمر. ولكن نفراً من العباسيين علموا ذلك السر، وأحبوا أن يلعبوا هذا الدور السياسى: فأخذوا يتملقون للموالي من الفرس. واستطاعوا أن يتألفوا زعماءهم، وأن يشتركوا معهم في مؤامرتهم. وخدعوهم يومئذ عن أنفسهم بهذه الحيلة.

وهي أنهم قالوا للموالي .. إننا ندعو مثلكم لآل البيت؟

ولكن من هم آل البيت؟

---

(1) جعفر الخليلي، المقدمة لكتاب الإمام علي نبراس ومتراس، ص ١٠.

أما الفرس، فيعنون بآل البيت أبناء علي. وأما العباسيون فيعتنون بآل البيت أبناء العباس عم النبي. وبقي كل فريق يضمر في نفسه ما يعنيه. وسارت الدعوة في طريقها السري البحت حتى تجاوزته إلى طريق العلن البحت وهنا فقط أظهر العباسيون أنهم يقصدون أنفسهم بآل البيت، ورأي زعيم الموالي إذ ذاك (أبو سلمة الخلال) أن الدعوة صائرة – على ما يكره – إلى بني العباس وليست إلى أولاد علي. فأبطأ أول الأمر في إعلان الخلافة. وتلكأ في مبايعة السفاح، بل أنه حبس السفاح هذا في بيته شهرين كاملين. وحظر على الناس مقابلته وطفق في أثناء ذلك يراسل بعض العلويين ويطلب إليهم أن يسرعوا في قبول الخلافة[1].

وعبثاً حاول هذا الزعيم أن يسلم الخلافة لرجل من العلويين. بل إن أحدهم – وهو عبد الله بن مُحَّد – أخذ الرسالة التي وصلته من سلمه بن الخلال وأحرقها بالنار وأنشد قول الكميت:–

أيا موقـــداً ناراً لغـــيرك ضـــوئها   ويا حاطبـاً في غـير حبلـك تحطـب!

وهكذا نرى أن الدعاية السرية بوجه خاص لعبت دورها في هذه الحادثة التاريخية الكبيرة التي هي سقوط دولة الأمويين وقيام دولة بني العباس.

ومن يتتبع تاريخ الطبري وابن الأثير يستطيع أن يقف على تفاصيل هذه الدعاية السرية، وأن يرى فيها مثلاً من أمثلة الدعاية العباسية التي نجحت في بلوغ غايتها كما نجحت الدعاية الأموية سواء بسواء.

ولكن أين كان بنو أمية في أثناء هذه الحركة الضخمة التي دبرت في الخفاء؟ يظهر أنهم لم يحسوا بهذه الحركة إلا في وقت متأخر. تدلنا على ذلك أبيات لأحد شعرائهم يقول فيها:–

أرى خلـل الرمـاد ومـيض نـار   ويوشـك أن يكـون لهـام ضـرام

([1]) عبد اللطيف حمزة: ابن المقفع. الطبعة الثالثة ص ٤٤ – ٤٥.

فـأن النـار بالعـودين تـذكى وأن الحـرب أولهـا كـلام

وإن لم يطفهـا عقـلاء قـوم يكـون وقودهـا جثـث وهـام

أقول من التعجب ليت شعري أأيقـاظ أميـة أم نيـام؟

فـإن كـانوا لحينهمـو نيامـاً فقـل: قومـوا فقـد حـان القيـام

الحق أننا بحاجة ماسة إلى أن نعيد النظر في تاريخ الدول الإسلامية من زاوية إعلامية. وإذ ذلك فقط تستطيع أن نصل إلى كثير من الحقائق عن الإعلام العربي الإسلامي وعن الدعاية العربية الإسلامية.

الفصل الثالث

الدعاية الصهيونية

لعل أول تفكير في إنشاء وطن قومي لليهود كان عقب طرد الرومان لهم وقتل عدد منهم لا يقل عن ٦٠٠ ألف يهودي وذلك في سنة ١٥٣ للميلاد.

ومن الثابت أنه في سنة ١٨٨٢ ميلادية أعلن أقطاب اليهود تأسيس الحركة الصهيونية وذلك على أثر مذبحة أخرى لليهود حدثت في روسيا.

ومنذ ذلك التاريخ بدأت الدعاية الصهيونية بتشويق اليهود إلى العودة إلى (أرض الميعاد). وشاعت بينهم شعارات فعالة مثل قولهم "من سار أربعة أمتار في أرض فلسطين خصه الله بمكان في الجنة" ومثل قولهم "أولى بك أن تعيش في صحراء فلسطين من أن تسكن قصراً عظيماً في بلاد بعيدة عنها". وربما كان أول مؤتمر عقد للنظر في عودة اليهود أو في تقرير العودة إلى فلسطين هو مؤتمر (بازل) الذي تم في عام ١٨٩٧.

ومنذ ذلك التاريخ واليهود يحاولون كسب الدول الكثيرة إلى جانبهم. فعلوا ذلك مع ألمانيا وروسيا وإنجلترا. وكانت إنجلترا هي الدولة الوحيدة التي مدت إليهم يد المساعدة وفيها صدر وعد بلفور المشهور في سنة ١٩١٧ وذلك بإنشاء وطن قومي لليهود في فلسطين. فاعتبر اليهود ذلك نصراً كبيراً لهذه القضية. وتأسست أول جامعة عبرية في فلسطين في شهر يوليه (تموز) سنة ١٩١٨. وبقيت إنجلترا إلى اليوم وراء فكرة الوطن القومي لليهود. ثم تحولت الصهيونية بعد ذلك من إنجلترا إلى الولايات المتحدة. وكسبت الصهيونية هذه الدولة الكبيرة إلى جانبها. واعتمد الصهيونيون في دعايتهم التي قاموا بنشرها في الولايات المتحدة على قتل هتلر للكثيرين منهم. وكذلك استغلت الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة أصوات

اليهود في الانتخابات الأمريكية.

وفي نوفمبر – تشرين الثاني – سنة ١٩٤٧ وافقت الجمعية العامة للأمم المتحدة على قرار تقسيم فلسطين. وفي ١٤ مايو (أيار) سنة ١٩٤٨ أعلن عن قيام دولة إسرائيل واعترفت بها الولايات المتحدة قبل غيرها من الدول.

أهداف الحركة الصهيونية

لاشك أن الهدف الأول للحركة الصهيونية هو السيطرة على العالم كله، ومعنى ذلك أن مطامع الصهيونية لا تقف عند فلسطين (أو إسرائيل) ولا تقف عند الحدود بين الفرات والنيل، ولا تقف عند البلاد الأسيوية الأفريقية. ولكنها تمتد إلى العالم كله. وتستند الصهيونية في ذلك إلى (التلمود) – وهو لفظ معناه التعاليم الصهيونية كما تستند الصهيونية كذلك إلى مرجع آخر هو (بروتوكول حكماء صهيون). وتستند أيضاً على المؤتمرات السرية التي تعقدها الصهيونية العالمية.

وفي (التلمود) "أنه يجب على كل إسرائيلي أن يبذل كل جهده في أن يبقي السلطة للإسرائيليين أينما حلوا وفي أية جهة استقروا من جهات الأﷺ"

وتتلخص الخطة الصهيونية – كما يؤخذ ذلك من الاجتماع السرى لحاخامات أوربا الذي عقد في بودابست عام ١٩٥٤ – في النقط التالية:

١– إشعال نار حرب عالمية ثالثة تؤدى إلى سيطرة الصهيونية على العالم أجمع.

٢– اتساع هوة الخلاف بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي.

٣– اعتبار زعماء الدولتين مجرمي حرب.

٤– القضاء على جميع الأجناس الأخرى غير اليهود[1].

والفرق كبير في الحقيقة بين اليهودية والصهيونية. فاليهودية تقول عن نفسها أنها

(١) محاضرات الدكتور عبد القادر حاتم لطلبة كلية الآداب بجامعة القاهرة.

دين فقط. وأما الصهيونية فتقول عن نفسها أنها دين وقومية في وقت معاً. ومن هنا يأتي الخطر من هذه الأخيرة، ومن هنا كذلك وجدت مراكز لهذه الحركة الخطرة في كل من: أمريكا، وبريطانيا، وفرنسا، وجنوب أفريقيا.

وكل هذه المراكز الرئيسية تقوم بعمل واحد هو توجيه النفوذ الصهيوني في جميع دول العالم تقريباً، وذلك عن طريق السيطرة التامة – قدر المستطاع – على جميع وسائل الإعلام في كل دولة.

وللدعاية الصهيونية وسائلها في المجال الخارجي ووسائلها كذلك في المجال الداخلي. وسنتحدث عن كل من المجالين على حدة:

وسائل الدعاية الصهيونية في العالم الخارجي

أولاً - المجلس الصهيوني الأمريكي

ويتألف من ست لجان هي:–

١– لجنة الصحافة. ومهمتها جمع المواد الصحفية من شتى أنحاء العالم، ويتصل بهذه اللجنة مكتب للبحوث من عمله إعداد المواد التي تكتب للرد على أي هجوم يقصد به الصهيونية. ومن عمل هذا المكتب أيضاً أنه يعطي رأيه في الكتب الجديدة، وينبه على ما فيها من أخطاء من وجهة نظر الصهيونية. ولهذا المكتب – فوق ذلك – أن يتدخل في إعداد بعض المواد الخاصة بالكتب المدرسية في موضوع إسرائيل.

٢– لجنة التلفزيون. وعملها إعداد المواد الهامة للتلفزيون، والاتصال بالقادة الكبار وتنظيم الأحاديث والمقابلات، والرد على الدعاية المضادة. وليس عجباً أن ترى التلفزيون الأمريكي لذلك يخصص برنامجاً أسبوعياً لكبار الكتاب الأمريكيين للقيام بدعاية سافرة لإسرائيل.

٣– لجنة للإذاعة تقوم بمثل هذه الأعمال الخاصة بالتلفزيون.

٤- لجنة للشؤون الدينية.

٥- لجنة للشؤون الاجتماعية.

٦- لجنة للعلاقات العامة.

تحدث الدكتور عبد القادر حاتم إلى طلبة قسم الصحافة في جامعة القاهرة قال:

"أتى إلى القاهرة صحفي أمريكي كان مراسلاً لجريدة النيويورك تايمز، واسمه مستر (كنت). وحاول أن يأخذ حديثاً من الرئيس جمال عبد الناصر سنة **١٩٥٥**. وألح في طلب هذا الحديث حتى حصل عليه وبعث به إلى الجريدة. وأخذنا ننتظر أن يظهر الحديث في جريدة النيويورك تايمز فلم يظهر بها. فسألنا المراسل الصحفي عن ذلك – وكان صحفياً جريئاً حراً فأطلعنا على نفس البرقية التي أرسلها لصحيفة (النيويورك تايمز) متضمنة حديث السيد الرئيس من أوله إلى آخره، وبعد ذلك أرسل الصحفي إلى الجريدة مهدداً إياها بأنها إذا لم تنشر هذا الحديث في بحر أسبوع فلابد أن يكتب استقالته في نهاية هذه المدة. ومر الأسبوع ولم تنشر الحديث، فأرسل استقالته إلى الجريدة. ثم قال الدكتور حاتم .. بقي أن تعرفوا أن رئيس تحرير الجريدة المذكور رجل اسمه (سالز برجر) وهو رئيس المجلس الصهيوني الأمريكي في نيويورك. (انتهى حديث الدكتور حاتم)

وأغرب من هذا وذاك أن الأساتذة الذين يدرسون التاريخ الإسلامي في جامعات أمريكا كلهم من اليهود. وكذلك الشأن في الجامعات الانجليزية ذاتها.

وهذا الذي يقال عن الصحافة من وسائل الإعلام يقال مثله تماماً عن السينما.

والسينما في الواقع من أقوى أسلحة الدعاية الصهيونية في الوقت الحاضر. وهي لذلك تعرضي الله عنه الأفلام التي تؤيد قضية الصهاينة ومن مثل هذه الأفلام رواية عنوانها (الخروج) وهي رواية أو كتاب في غاية القوة. ولا تكتفي الصهيونية بذلك بل إنها تعبث بالقصص والمسرحيات القديمة مثل مسرحية (تاجر البندقية) للشاعر الانجليزي شكسبير. وفيها شخصية (شبلوك) اليهودي. وقد أظهره شكسبير بمظهر

الرجل الشره إلى المال والخالي في الوقت نفسه من أي معنى من معاني الرحمة. فمازالت الصهيونية بهذه المسرحية حتى عرضت شخصية (شبلوك) بالصورة التي تدعو إلى الإعجاب به لا إلى التأذي منه. فإذا أضفنا إلى ذلك كله أن للصهيونية العالمية حتى الآن ما لا يقل عن (١٩٥) صحيفة في جميع أنحاء العالم. عرفنا إلى أي حد بلغت الدعاية الصهيونية من القوة ومن الخطورة.

ثانياً - الهستترود

والهسترود أو الاتحاد العام للعمال جهاز خطير يسيطر على الحركة العمالية في العالم كله بصفة عامة، وفي أمريكا بصفة خاصة. وقد بنى سياسته على مبادئ منها:-

١- الاشتراك في الاتحادات العمالية الدولية العامة.

٢- تمثيل الهستترود تمثيلاً حقيقياً في الاتحادات العمالية وفي أجهزتها الرئيسة.

٣- إيجاد علاقات عامة مع أكبر عدد ممكن من الاتحادات العمالية في العالم كله.

٤- التركيز على الحركة العمالية في الدول النامية (المتخلفة) وخاصة ما كان منها في القارة الأفريقية.

وأما وسائل الدعاية التي يقوم بها الهستترود فلا تكاد تخرج عما يلي:-

١- إنشاء مراكز عمالية كبيرة تحمل أسماء زعماء أمريكيين مشهورين أو رؤساء لاتحادات عمالية في أميركا.

٢- منح جائزة باسم الهستترود يقال لها جائزة (الإنسانية) لأحد رؤساء الجمهورية الأميركية أو لشخصية لها مثل هذه المنزلة.

٣- إنشاء المعهد الإفريقي الآسيوي للدراسات التعاونية العالمية ومدير هذا المعهد في إسرائيل ذاتها هو السفير الأميركي في لندن. ومهمة هذا المعهد تدريب القادة النقابيين في كل من آسيا وأفريقيا. ويركز الهستترود جهوده في هذا السبيل على الدول الإسلامية بدعوى أن النزاع قائم بين الصهيونية والدول العربية وليس

قائماً بين اليهود والديانة الإسلامية وبهذه الطريقة يحول الهستترود بين الجمهورية العربية المتحدة وبين الدول النامية في أفريقيا فلا تصل إليها الجمهورية العربية المتحدة بثقافتها ودعاياتها ومنتجاتها إلا بشق الأنفس. وتضاف إلى الوسائل المتقدمة كلها وسائل أخرى لم ترد أن نذكرها لشهرتها كالصحف والراديو والسينما والتلفزيون ونحو ذلك.

ثالثاً - المؤتمرات الاشتراكية الدولية:

اجتهدت الصهيونية في أن تصل بينها وبين الدول الاشتراكية وأصبح (بن جوريون) نفسه عضواً في هذه الاشتراكية الدولية منذ سنة ١٩٢٩. ولهذا السبب تعطف الاشتراكية الدولية كثيراً على الصهيونية. وقد اشتركت إسرائيل في المؤتمرات الاشتراكية الآتية :

١- مؤتمر حيفا في السابع والعشرين من أبريل (نيسان) سنة ١٩٦٠. وفيه أظهر كل من (هيو جيتسكل) زعيم حزب العمال البريطاني و(جي دي موليه) رئيس الوزارة الفرنسية تأييدهما الكامل لإسرائيل.

٢- مؤتمر أمستردام في التاسع من سبتمبر (أيلول) سنة ١٩٦٣، وهو المؤتمر الذي دعا إلى نزع السلاح في منطقة الشرق الأوسط.

وهكذا استطاعت إسرائيل أن تقنع الدول الاشتراكية كلها بأنها المجتمع الاشتراكي الوحيد في وسط دول ديكتاتورية عربية. وأنها همزة الوصل بين الاشتراكية الأوروبية والاشتراكية في كل من آسيا وأفريقيا. وهكذا اتخذت الصهيونية من الاشتراكية وسيلة للتغلغل في آسيا وأفريقيا.

رابعاً - معسكرات الشباب

وتسميها الصهيونية (الناحال والحتناع). وكلمة (ناحال) معناها الشباب الطلائعي المحارب. وكلمة (الحتناع) معناها (الإعداد) بكسر الهمزة.

والقصد من هذه المعسكرات إعداد الشباب من الجنسين معاً قبل سن التجنيد للتعود على الحياة العسكرية قبل الانضمام إلى الجيش. وتقيم الصهيونية هذه المعسكرات لا في داخل إسرائيل فقط بل في كثير من البلاد في خارجها.

يضاف إلى هذه الوسائل المتقدمة كلها وسائل أخرى تمارسها الصهيونية أيضاً في المجال الخارجي. ومنها – على سبيل المثال – المساعدات الفنية والمنح الدراسية التي تمنحها إسرائيل لبعض الدول النامية في القارة الأفريقية، بحجة التشابه في الأحوال الاجتماعية بينها وبين هذه الدول النامية أو المتخلفة، وبحجة أن هذه الدول في حاجة إلى التجربة التي مرت بها إسرائيل حتى وصلت إلى ما هي عليه. ولذلك وجدنا إسرائيل تمد هذه الدول النامية بما لا يقل عن مائة وخمسين خبيراً في المدة بين سنتي ١٩٥٨ – ١٩٦٣ وبنحو ٤٥٠ خبيراً في النصف الأول من عام ١٩٦٤. وقد بلغ عدد المبعوثين إلى إسرائيل بين عامي ١٩٥٨ / ١٩٦٤ أكثر من ٧٥٠٠ طالباً وطالبة من أكثر من ٨٠ دولة.

ومن وسائل الصهيونية في المجال الخارجي كذلك تنظيم الزيارات التي يقوم بها كثير من الشخصيات الكبيرة أو المرموقة في كل من أفريقيا وآسيا إلى إسرائيل، حتى لقد قال رئيس وزراء نيجيريا الشرقية يوماً "إنني أعد نفسي إسرائيلياً"

ثم من هذه الوسائل التي تمارسها إسرائيل في المجال الخارجي كذلك الدعاية السياحية. وقد بلغ عدد المكاتب السياحية الإسرائيلية في شهر تموز (يوليه) سنة ١٩٦٥ اثني عشر مكتباً في كل من أوربا والأمريكتين.

ومن ذلك أيضاً تنظيم رحلات كثيرة للطلبة الإسرائيليين إلى الخارج وللطلبة الأجانب إلى إسرائيل ... ويتفق مع هذه السياسة السياحية الإكثار من بناء الفنادق في إسرائيل حتى بلغت إلى الآن ٩٦٣ فندقاً.

ومن الوسائل التي تمارسها إسرائيل في المجال الخارجي كذلك الاهتمام الكبير بالمعارض. والعناية في هذه المعارض بالنشرات واللوحات البيانية والإحصائية والأفلام.

وقد حدث مرة – كما سبق أن ذكرنا ذلك – أن نشر الجناح الأردني في معرضي الله عنه نيويورك أبيات شعرية تقص قصة اللاجئين باللغة الانجليزية. فما زالت الدعاية الصهيونية بهذا المعرضي الله عنه الدولي الكبير حتى نزعت هذه اللوحة الأردنية من المعرضي الله عنه.

وبالرغم من كل هذه الإمكانيات التي للدعاية الصهيونية في شتى أنحاء العالم فإنها لا تستحي من استخدام طريقة الاستجداء وإظهار الضعف أمام الدول الكبرى لتكسب عطف هذه الدول عليها. من ذلك أنها تستخدم كثيراً من الشعارات الغريبة في جمع التبرعات من الجمهور الأمريكي ومنها على سبيل المثال: "ادفع ديناراً تقتل عربياً".

وذلك كله فضلاً عن اتهام الثورة المصرية في الجمهورية العربية المتحدة بأنها "نازية ناصرية"، وبأن العرب يريدون الحرب دائماً. أما إسرائيل فإنها تريد السلام.

وسائل الدعاية الصهيونية في المجال الداخلي

تعتمد الدعاية الصهيونية في داخل إسرائيل على وسائل كثيرة وكلها معروفة منها:

أولاً – وسيلة الصحف وهي صحف حزبية عديدة. والسبب في ذلك تعدد عناصر الإسرائيليين. وتصدر الصحف هناك باثنتي عشرة لغة ويبلغ عدد الصحف الإسرائيلية إلى الآن ثلاثاً وعشرين صحيفة صباحية وصحيفتين مسائيتين. وهناك رقابة مفروضة على الصحف. وفي شهر مارس (آذار) سنة **١٩٦٢** صدر قانون للسيطرة على الإعلام الإسرائيلي وهو قانون استبدادي يهدف إلى تكميم الصحافة. ومن أهم الجرائد هناك، جريدة اليوم، وجريدة الاتحاد، وجريدة المرصاد، والأخيرة صحيفة شيوعية قومية شبيهة بالصحف الشيوعية التي تعبر عن آراء تيتو. ومن الصحف الإسرائيلية ما ينادي بتصفية الصهيونية وتأليف كتلة من إسرائيل والبلاد العربية، لا تكون قاعدة من قواعد الاستعمار كما هو الحال في تل أبيب. وهناك

صحيفتا (معارى) و(دافار) وهما أوسع الصحف من حيث الانتشار.

ثانياً – الإذاعة:

وهي تتبع مجلس الوزراء مباشرة وتعتبر لسان حزب الماباى، وإن كانت الأحزاب الأخرى تضيق بذلك. وتنوع برامج الإذاعة فمنها البرامج الموجهة، ومنها البرنامج العربي. ومنها برنامج الجيش وهكذا.

ثالثاً – السينما والمسرح:

وهما خاضعتان كذلك لمجلس الوزراء.

ويعتبر مسرح (الهابيما) أقدم المسارح هناك. أنشئ سنة ١٩٢٦.

وتقوم السينما والمسرح على طمس الثقافة العربية والتاريخ العربي والقضاء على النزعة العربية ومحاربة الفنون العربية في الرقعة العربية من إسرائيل. وتعتبر الطائفة العربية الإسلامية في تل أبيب وغيرها من المدن طابوراً خامساً. وتستهدف السياسة هناك تهجير العرب المقيمين بإسرائيل وانحلال الأقلية العربية.

أما المهاجرون الجدد من الصهاينة إلى تل أبيب فإن لهم دعاية موجهة تقوم بها الإذاعة. والغرضي الله عنه منها تحبيب هؤلاء المهاجرين في الوطن الجديد وتيسير حياتهم فيه. وكذلك تفعل البرامج الخاصة بالجيش فإنها تعني بترقية حال الجنود، كما تعني بتوعيتهم وتوجيههم.

وتسيطر إسرائيل على كثير من محطات الإذاعة وعلى ما يذاع فيها من أنباء تأتي من القاهرة ولبنان وبعض البلاد العربية الأخرى. ولذلك نجد أن بعض الموظفين في إذاعات الدول الاستعمارية إما من اليهود وإما من الموظفين الذين اشترتهم إسرائيل بالمال، وبذلك تأتي الأخبار عن إسرائيل مشجعة للمواطنين في تل أبيب وغيرها من المدن الإسرائيلية.

ومن الوسائل التي تمارسها إسرائيل في المجال الداخلي كذلك العناية التامة

بالنوادي التي تضم العدد الكبير من الصهيونيين وتلقي فيها المحاضرات التي تعتبر جزءاً من الدعاية الصهيونية.

ومن هذه الوسائل كذلك العناية بلعب الأطفال والحرص على أن يكتب على كل لعبة منها عبارات قوية الإيحاء مثل قولهم "إلى اللقاء في أورشليم" وقولهم "من النيل إلى الفرات" ونحو ذلك.

وبالرغم من تنوع الأساليب التي تتبعها الدعاية الصهيونية، وبالرغم من تعدد الوسائل التي تستعين بها للوصول إلى الغاية فإن إسرائيل لا تسمي كل هذه الجهود "دعاية". ولكن تسميها "إعلاماً" وهي تدرك إدراكاً تاماً هذا الفرق الكبير بين اللفظين. وكما يقول (صمويل هالبرن)[1]. "ليس هناك جماعة هادفة تعترف بأنها تمارس نشاطاً دعائياً، ونتيجة للدلالات غير المستحبة التي ينطوي عليها لفظ الدعاية في اللغة الدارجة فإن استخدام الدعاية لا يلصق دائماً إلا بالخصوم".

ولا يخرج الصهيونيون عن هذه القاعدة العامة، فهم يقومون بضروب واسعة النطاق من النشاط في مجال الدعاية، ولكنهم لا يتحدثون عنها على أنها دعاية".

مشروع إعلام عربي موحد لمكافحة الصهيونية

مما لا شك فيه أن الدعاية الصهيونية لا يبطلها غير الإعلام العربي، ويقوم هذا الإعلام العربي على نشر الحقائق ودحض الأكاذيب.وتكون الجهود العربية في هذا السبيل من نوع الإعلام وليس من نوع الدعاية.

ومما لا شك فيه أيضاً أن الهدف من حركة الإعلام العربي هو التأثير على الرأي العام العالمي وتصوير إسرائيل دائماً بصورة المعتدي على حقوق العرب اللاجئين في العودة إلى وطنهم، وإثارة الشعور الإنساني في الجماهير من هذه الناحية.

ومهما يكن من شيء فلابد لهذه الحركة الإعلامية العربية من أهداف في داخل

---

(1) في كتابه:

The Political Words of American Zionist P. 254.

الوطن العربي وأهداف في خارج هذا الوطن أو بمعنى آخر..

هناك طرق لمكافحة الدعاية الصهيونية لابد أن تسلكها حركة الإعلام العربية. وحسبنا هنا أن نشير أولًا إلى الأسس التي يبنى عليها الإعلام العربي في مكافحة الصهيونية:

أولًا– الدراسة الدقيقة للعقلية الصهيونية والعقلية الأوروبية والعقلية الأمريكية ما دمنا– نحن العرب– نهدف إلى إقناع هؤلاء جميعًا بوجهة نظرنا وعدالة قضيتنا. ويتبع ذلك بطبيعة الحال دراسة دقيقة لأساليب الدعاية الصهيونية ووسائل هذه الدعاية.

ثانيًا– الارتفاع بمستوى المجهود العربي في مكافحة الدعاية الصهيونية إلى مستوى الإعلام الصهيوني– ولا نقول الدعاية الصهيونية– ونحن نعرف الفرق بين الإعلام والدعاية. فالدعاية هي محاولة التأثير في تقول الجماهير وسلوكهم عن طريق الاستهواء النفسي. أما الإعلام فهو– كما قلنا– تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة بقصد إقناعهم باتجاه معين أو بفكرة معينة. ومن هنا أصبح الإعلام هو الطريق السليم والوحيد لمكافحة الدعاية. وذلك ما قصدنا إليه من القول بأننا نريد أن نرتفع بمجهودنا العربي إلى مستوى الإعلام الصهيوني. ولا نريد أن تنحدر بهذا المجهود إلى مستوى الدعاية الصهيونية– تلك الدعاية التي لم تستح يومًا ما من التزييف والخداع إلى حد أنها استخدمت اغلفه المجلات المصرية– مجلة روز اليوسف– في إصدار مجلات صهيونية مكتوبة باللغة العربية لمحاربة القضية العربية!!

ثالثًا– مرونة الخطة الإعلامية العربية بحيث يمكن تغييرها من وقت الآخر حسب الحاجة. ويكون ذلك بإشراف جامعة الدول العربية.

رابعًا– الحرص كل الحرص على نجاح الوحدة العربية ما دامت هي العامل المهدد للكيان الإسرائيلي والطريق إلى إزالتها من المنطقة العربية.

خامسًا– العمل على إيجاد وحدة إعلامية بين الدول العربية. والحق إن هذه

الوحدة الإعلامية لا تقل شأنًا عن الوحدة العسكرية أو الوحدة الثقافية أو الوحدة الاقتصادية. تلك هي الأسس الخمسة لمشروع الإعلام العربي الموحد. وينشق عن هذه الأسس جميع الجهود الإعلامية بعد ذلك، وهي كثيرة ومتجددة نورد أمثلة منها على النحو التالي:

١- السيطرة التامة على أجهزة الإعلام في الدول العربية ووضع سياسة إعلامية موحدة لهذه الأجهزة.

٢- إنشاء شركة موحدة كذلك لإنتاج الأفلام السينمائية لصالح القضية العربية.

٣- تشجيع الأدباء والكتاب على تأليف القصص الهادفة على نحو ما فعلت إسرائيل في مثل قصة "الخروج". وتشجيع الشعراء كذلك على تأليف الأناشيد الحماسية ليقوم المغنون بأدائها كما حدث ذلك في أيام العدوان الثلاثي على مصر.

٤- الإكثار من المؤتمرات الصحفية لتفنيد مزاعم إسرائيل. وهي المزاعم التي سنشير إلى بعضها في نهاية هذا الفصل.

٥- الاعتماد على الخطب في أماكن التجمع العام المسجد والكنيسة والنادي والمدرسة.

٦- إبراز مشكلة الأقليات وإظهار إسرائيل بمظهر المعتدى على العرب وعلى ممتلكاتهم، ويتصل بذلك:

أ- إبراز مشكلة اللاجئين العرب وإفهامها للعالم الغربي.

ب- إبراز الاختلاف الظاهر بين معاملة إسرائيل لليهود الشرقيين المهاجرين إليها من كل من آسيا وأفريقيا ومعاملة إسرائيل لليهود الغربين.

ج- فضح مواقف إسرائيل العدوانية وخرقها عشرات المرات للهدنة.

د- شرح موضوع تحويل نهر الأردن ومخالفة ذلك للقانون الدولي.

هـ- كشف العلاقة التي تربط إسرائيل بالاستعمار والتأكيد على هذه الحقيقة.

٧- الاستعانة بجميع الجاليات العربية وإنشاء جمعيات صداقة الفائدة القضية.

٨- الانتفاع بالطلبة العرب في الخارج، ومن أجل ذلك دعت الجمهورية العربية المتحدة في صيف سنة ١٩٦٦ جميع أولئك الطلاب لحضور مؤتمر التقوا فيه بزعماء الثورة في القاهرة، وكان لهذا المؤتمر آثاره الطيبة.

٩- تشجيع المنح الدراسية لأبناء الدول الأجنبية ليدرسوا في البلاد العربية.

١٠- تشجيع الصحفيين والمصورين والأدباء والكتاب ورجال الفن على زيارة البلاد العربية وتكوين فكرة صحيحة عنها.

١١- تشجيع المعاﷺ العربية وإقامتها في الدول الأجنبية عن طريق المعاﷺ الدولية ونحو ذلك.

١٢- دعم العلاقات الشخصية بالبارزين من الرجال في عالم الفكر والأدب والسياسة والفنون وتشجيعهم بالجوائز الثمينة.

١٣- إجراء مسابقات أدبية في موضوع القضية العربية وإعطاء هذه الجوائز للكتاب الغربين الذين يؤلفون قصصًا ممتازة أو كتبًا ممتازة في هذا الموضوع.

١٤- إقامة معاهد لتعليم اللغة العربية في البلاد الأجنبية وتشجيع البعثات إليها وإنشاء كلية عربية في عدد كبير من البلاد الأجنبية كلما أمكن ذلك.

١٥- تركيز الجهد الإعلامي على الدول التي تقف موقفًا سلبيًا عند التصويت في قضية فلسطين في هيئة الأمم المتحدة، وعلى الدول التي تقف موقفًا عدائيًا منها كذلك.

١٦- الكشف عن النشاط الصهيوني الإرهابي المدمر في أكثر بلاد العالم في الوقت الحاضر.

١٧- الاهتمام بالمكاتب الإعلامية العربية في جميع الدول الغربية. على أن يكون كل مكتب من هذه المكاتب ممثلًا للدول العربية كلها وليس ممثلًا لدولة عربية

واحدة فقط. ففي اتباع هذه الخطة ما يشعر الشعوب والحكومات الغربية بتضامن العرب وتكاتفهم في مكافحة الصهيونية.

١٨- العناية كذلك بالمكاتب السياحية العربية في كل بلد عربي من جهة وعن طريق الاتحاد السياحي الدولي من جهة ثانية ما دامت السياحة صناعة القرن العشرين- كما يقولون. فيجب أن ينظر العرب إليها على أنها وسيلة إعلامية بكل ما تحمل هذه الكلمة من معني. وعليها ينبغي أن يعتمد العرب في نشر الدعاية للقضية العربية وفي شرح الجوانب السيئة للدعاية الصهيونية.

١٩- حرص العرب على حضور جميع المؤتمرات البرلمانية والعمالية والثقافية، وعدم ترك إسرائيل تنتفع وحدها بذلك.

٢٠- مهاجمة نقط الضعف في الكيان الإسرائيلي، وإعداد الردود على المزاعم الإسرائيلية. وتصوير إسرائيل على الدوام بصورة المعتدي على حقوق العرب واغتصاب بلادهم وإيقاظ الضمير الإنساني من هذه الناحية.

وأخيرًا تلفت النظر إلى هذه المقترحات الأربعة الباقية وهي:

٢١- العمل على إصدار صحف عربية تكتب باللغة الإنجليزية وذلك في كل من أمريكا وإنجلترا، والاعتماد في ذلك على أصدقاء العرب من الإنجليز والأمريكيين. وليس هؤلاء الأصدقاء بقليلين في تلك البلاد. وأما تمويل هذه الصحف فإنه يقع على البلاد العربية كلها، ومن بينها السعودية والكويت وغيرهما من الأقطار المنتجة للنفط.

٢٢- ومثل هذا يقال كذلك بالنسبة للإذاعة، فإنه يمكن الاتفاق على محطات عربية في أمريكا وإنجلترا، والاستعانة فيها بأصدقاء الحرية والإنسانية في كل من هذين البلدين بنوع خاص.

٢٣- إيجاد التعاون التام بين السفارات العربية في البلاد الغربية. ولا بأس أن يكون في كل بلد من البلاد الغربية مكتب عربي يقوم بتنسيق الجهود الإعلامية بين

السفارات المذكورة في سبيل توحيد الخطة بينها لمثل هذه الغاية.

٢٤- الاعتماد على منظمة (الأمم المتحدة) في الترويج للقضية العربية ما دامت هذه المنظمة تعتبر في الواقع منبرًا عامًا يستمع إليه الرأي العام العالمي ويعرف به وجهات نظر الشعوب؛ وخاصة في أوقات الأزمات والحروب. أما القول بمقاطعة هذه المنظمة فإنه يحرم الأمة العربية حرمانًا تامًا من هذه الفرصة.

مزاعم إسرائيل والرد عليها

الحق أنه هذه المزاعم كثيرة ومن أهمها ثلاثة:

(الأول)- زعم إسرائيل أنها أصبحت أمرًا واقعًا، والرد على ذلك أن إسرائيل تجاهل في ذلك الزعم جميع القوانين الدولية التي لا ترضي الله عنهى عن السرقة والنهب. وغير ذلك من الأعمال التي قامت بها الصهيونية حتى سلمت لها إسرائيل بهذه الطريقة غير المشروعة. ومما لا شك فيه أن القوانين الدولية تعطى العرب حق الدفاع عن أنفسهم واسترجاع أرضي الله عنههم. وكما يقول الدكتور حاتم: هناك المستندات العديدة التي تدل على أعمال النهب والسرقة التي ارتكبها الصهيونيون وهي مستندات يعرفها الجميع.

(الثاني)- زعم إسرائيل أنها هي الداعية إلى السلام وأن العرب دائمًا هم الداعون إلى الحرب. وليس أبلغ في الرد على هذا الزعم من هذا الحديث الذي ألقاه الدكتور عبد القادر حاتم في محاضرة له في كلية الآداب بجامعة القاهرة حيث قال: "حدث في المؤتمر الدولي عام ١٩٥٧- أن وقف مندوب إسرائيل وقال: يا أعضاء المؤتمر: لا شك أنكم جميعًا تحبون السلام. وقد انتهى الحادث الذي وقع سنة ١٩٥٦ (يريد حادث العدوان الثلاثي على مصر) وطويت صفحة من صفحات الكراهية. ونحن اليوم نمد أيدينا لمندوب مصر لنصافحه ونبدأ صفحة جديدة. وما على المندوب المصري إلا أن يعلن أنه يريد السلام. وبذلك يسدل الستار على هذه القضية.

وهنا وجه الدكتور حاتم كلامه إلى الطلبة قائلًا لهم هذا كلام يصدقه الناس كثيرًا، ويدخل في باب الدعاية الاستعطافية التي درجت عليها إسرائيل. فما كان مني في ذلك اليوم إلا أن وقعت في المؤتمر وقلت: أما أنا فأستأذن الآن في السفر إلى بلادي على عجل. فقال مندوب إسرائيل: ولماذا تنسحب يا سيدي؟ إنك إذن لا تريد السلام. ثم التفت إلى أعضاء المؤتمر وصاح قائلًا: اسمعوا انظروا: إن مندوب مصر لا يريد السلام.

لم يكن أمامي في هذه اللحظة إلا أن أرفع صوتي في المؤتمر قائلًا: إنني انسحب من المؤتمر الآن وعلى عجل لأني أعرف أن القوات الإسرائيلية لابد أنها ستهاجم بلادي غدًا، ذلك أنكم أيها الصهيونيون في كل مرة تتحدثون فيها عن السلام تكون الحرب في اليوم الثاني مباشرة. وعندي سجل به أكثر من مائة تصريح بالسلام، وفي اليوم الثاني مباشرة يقع العدوان.

(الثالث)– زعم إسرائيل أن هناك أسسًا تاريخيًا لقيام دولتهم، وأن أﷺ الميعاد هي فلسطين، وأنهم لم يفعلوا أكثر من أنهم رجعوا إلى أرضي الله عنههم التي وعدهم الله بها.

وتجاهل الصهيونيون في كل ذلك حقائق التاريخ الصحيح. وأكثر من ذلك أنهم قصروا اهتمامهم على فترة واحدة فقط من تاريخ فلسطين، هي الفترة التي عاشوها بتلك الأﷺ. واعجب من كل ذلك أنهم يدرسون هذه الفترة وحدها من تاريخ فلسطين، وذلك في جميع أنحاء العالم.

وهنا ندعو الدارسين والباحثين في جميع أنحاء العالم كذلك إلى أن يدرسوا تاريخ فلسطين ليعلموا علم اليقين أن العرب حكموا فلسطين مدة تزيد عن ثلاثة عشر قرنًا من الزمان. على حين أن اليهود حكموا فلسطين مدة لا تزيد على خمسة قرون على أكثر تقدير.

هل يستطيع التاريخ أن ينكر على فلسطين أنها عربية منذ فتحت على يد

الخليفة الثاني عمر بن الخطاب عام ١٥ للهجرة؟ وإذا كان لا يستطيع شيئًا من ذلك فبأي حق عمد الإنجليز سنة ١٩٤٧ إلى هذه الجريمة السياسية التي انتزعوا بها جزءًا من الوطن العربي الكبير وقدموه هدية إلى اليهود؟

إن البائع والمشتري في هذه الصفقة ليس لهما حق قانوني في ذلك. ولكن أين من يسمع للعرب حجتهم؟ وهل يمكن أن يتخلص الغرب الأوربي والأمريكي يومًا ما من تأثير الدعاية الصهيونية القوية لكي يدرك هذا الغرب أن للعرب حقوقهم المشروعة في هذه القضية؟

إن السلام في الشرق الأوسط لا سبيل إلى إقراره إلا على أساس من العدل. ولا أمل في تحقيقه إلا عن طريق الإدراك السليم والفهم المستقيم لهذه الحقيقية.

وفي اعتقادي أن هذا الإدراك السليم لا يكون إلا عن طريق البحث أو الدرس. ومعروف أن العلم لا يخضع للدعاية، وإن الدعاية لا سلطان لها إلا على العواطف من جهة، وعلى الأمور المادية من جهة ثانية. والعلماء في كل زمان ومكان لا يلتفتون إلى الدعاية بجميع أشكالها بقدر ما يلتفتون إلى الحقائق العلمية في ذاتها.

وفي اعتقادي أن كلًا من أوروبا وأمريكا إذا سلكنا طريق العلم أو العقل وأخلصنا في ذلك فإنهما تخدمان السلام العالمي الذي هو حلم البشرية والذي هو الدليل الوحيد على تقدم عقول البشر.

ما هو السبيل إلى تنفيذ المشروع؟

إن مشروعًا للإعلام العربي الموحد كما يحتاج إلى تفكير عميق من الناحية النظرية كذلك يحتاج إلى تفكير عميق من الناحية التنفيذية. وقد أشرت إلى بعض الخطوط العامة للمشروع من الناحية النظرية. وبقي أن تشير إلى بعض الخطوط العامة للمشروع من الناحية العملية.

وهنا نقول أن قسم الصحافة بجامعة القاهرة شارك في التفكير في هذا الموضوع الخطير. وجاءت هذه المشاركة على شكل رسالة تقدم بها الأستاذ حامد محمود

للحصول على الماجستير. وعنوان الرسالة كما يلي: "الدعاية الصهيونية- وسائلها وأساليها وطرق مكافحتها" .. أشار الباحث في هذه الرسالة[1] إلى عدة وقائع منها-

١- قررت هيئة خبراء الإعلام العربي في اجتماعها الذي عقدته في شهر يناير سنة ١٩٥٩- إنشاء جهاز للإعلام العربي يتألف من لجنة دائمة تضم رؤساء أجهزة الإعلام في الدول العربية، ومكتبًا دائمًا للدعوة العربية كما تتألف من الملحقين الصحفيين للدول الأعضاء، وصندوق مشترك للإعلام العربي، وإدارة للاستعلام والنشر.

٢- انعقد مؤتمر وزراء الإعلام العربي بالقاهرة عام ١٩٦٤ واتخذ عدة قرارات خطيرة في السياسة الإعلامية العربية. وأضيف إلى المنظمات التي تقرر إنشاؤها في عام ١٩٥٩ (مجلس الوزراء الإعلام) في الدول الأعضاء يجتمع مرة في السنة على الأقل.

وكذلك قرر المؤتمر أن يتم تمويل جهاز الإعلام العربي بالدرجة الأولى عن طريق مساهمات تقوم الدول الأعضاء بتقديمها، وذلك بدلًا من الاكتفاء في تمويل جهاز الإعلام العربي بجمع التبرعات في (أسبوع الإعلام العربي). وبالإضافة إلى كل ما تقدم قرر مؤتمر وزراء الإعلام كذلك إنشاء دار عربية للتأليف والترجمة والنشر ووكالة أنباء عربية مع أن في الدول العربية أجهزة من هذا القبيل لها خبرة ولها اختصاص.

ذكر الاستاذ حامد محمود هذه الوقائع وأوضح عيوب المشروعين السابقين. ثم قال: ولتلافي أوجه النقص فيهما نقترح انشاء جهاز للاعلام العربي على النحو الآتي:

مشروع جهاز منظم للاعلام العربي الموحد

أولًا- مجلس وزراء الاعلام:

يتألف من وزراء الاعلام في الدول الأعضاء بالجامعة العربية. ويجتمع مرة كل

---

[1] تم طبع هذه الرسالة بنفس العنوان المشار إليه. (انظر: الفصل الرابع ٣٥٥- ٣٦٢).

ستة أشهر أو كلما دعت الضرورة إلى ذلك... ويقوم بالنظر في السياسة الإعلامية التي تسير عليها الدول الأعضاء والجامعة العربية... كما يقوم بدراسة ما يرفع إليه من تقارير عن اتجاهات الدعايات المضادة ووسائل مكافحتها وتكون قرارات المجلس ملزمة للدول الأعضاء.

ثانيًا- اللجنة الدائمة للاعلام العربي:

وتتألف من مندوبين عن وزارات الخارجية والاقتصاد والاعلام والثقافة والارشاد والتربية والتعليم في الدول العربية. ويشرف عليها الأمين المساعد للجامعة العربية لشؤون الإعلام. ومن الضروري أن يكون أعضاء هذه اللجنة متفرغين تمامًا للعمل الذي سيكلفون به.

وتقوم اللجنة الدائمة بوضع سياسة قصيرة الأجل وأخرى طويلة الأجل لمقاومة النشاط الصهيوني وتولى اللجنة الفصل في جميع الأمور التي تتعلق باسرائيل والتي لا تحتمل التأخير.

وتتفرع عن هذه اللجنة الإدارات التالية:

(أ) ادارة المعلومات:

ويمكن أن تلحق بها أقسام كثيرة، منها قسم الاستماع للاذاعات الأجنبية وأهمها الإذاعة الإسرائيلية. وقسم المكتبة ويضم جميع المراجع والوثائق التي يمكن الاستفادة منها في إعداد الأبحاث المختلفة.

(ب) إدارة الابحاث، وبها أربعة أقسام:

قسم للبحوث الاقتصادية مهمته دراسة النشاط الاقتصادي الإسرائيلي وقسم البحوث السياسية مهمته دراسة النشاط السياسي الإسرائيلي.

وقسم البحوث الدعائية. ومهمته دراسة الدعاية الصهيونية والوقوف على وسائلها وأساليبها والتفكير في طرق مكافحتها.

وقسم البحوث الثقافية. ومهمته تتبع النشاط الثقافي الاسرائيلي في مختلف انحاء العالم ودراسة شؤون المبعوثين العرب في الخارج، و بحث الوسائل الممكنة لزيادة النشاط الثقافي العربي في المناطق التي تعمل فيها اسرائيل والمناطق التي لم تصل اليها بعد. والتفكير في إمكان الاستفادة من مبعوثي الأزهر في البلاد المختلفة، وإيفاد الأساتذة العرب لإلقاء محاضرات في الخارج.

ج- إدارة التخطيط والتوجيه:

ومهمتها إعداد مواصفات المواد الصالحة للدعاية في العالم الخارجي وفي الوطن العربي، وتحديد التيارات الفكرية والثقافية في الدول المختلفة، وتحليل القيم والمثل التي تمسك بها مختلف الشعوب لإمكان التحدث إليها بلغتها. ثم تحليل اتجاهات الرأي العام في الوطن وفي العالم الخارجي واختيار أنسب الأساليب الدعائية لاتباعها في مكافحة الصهيونية.

د- ادارة الاتصال:

ومهمتها تنسيق العمل في الوزارات والهيئات المختلفة في الدول العربية للتعاون مع اللجنة الدائمة للإعلام العربي في مختلف المجالات، وكذلك الإشراف على نشاط البعثات والمنظمات العربية، وجمعيات الصداقة ومداومة الاتصال بها، وذلك لتزويدها بكافة المعلومات وإبلاغها مختلف القرارات التي يتوصل إليها الجهاز.

ه- إدارة المتابعة:

وعملها إعداد المواد الإعلامية المختلفة وضمان وصولها إلى غايتها ومتابعة تنفيذ قرارات الإدارات المختلفة وتوصياتها فيما يختص بمقاومة النشاط الصهيوني في المجالات الاقتصادية والسياسية والدعائية وغيرها في مناطق العالم المختلفة... وتشع المشكلات التي تعترضي الله عنه التنفيذ والعمل على تذليلها... من أجل ذلك لابد لإدارة المتابعة من أن تتألف هي الأخرى من أقسام أربعة هي: قسم النشر، وقسم الاذاعة والتلفزيون، وقسم السينما، وقسم التصوير.

و- إدارة العلاقات العامة:

ومهمتها إقامة اتصالات بين جهاز الاعلام في الجامعة العربية من جهة، والصحف وبقية وسائل الاعلام من جهة أخرى. وذلك تعريفًا بالنشاط الذي يقوم به جهاز الإعلام العربي الموحد.

ز- إدارة المعارضي الله عنه:

ومهمتها دراسة الدعوات الموجهة للاشتراك في المعارضي الله عنه الدولية، ووضع خطة مشتركة بأزائها. وإعداد معارضي الله عنه متنقلة تصور الحضارة العربية والانتاج العربي الحديث.

ح- إدارة السياحة:

وتقوم بالدعاية السياحية في جميع أنحاء العالم باعتبارها عملية غير مباشرة للرد على الدعايات الصهيونية المعادية للعرب. ومهمتها كذلك إنشاء مكاتب إعلام سياحية للدول العربية في مختلف عواصم العالم المهمة وتشجيع السياحة إلى الدول العربية.

ط- إدارة المؤسسات الثقافية:

وتنظر في إنشاء المعاهد والفصول الخاصة بتدريس اللغة العربية وآدابها في الخارج، وخاصة في أفريقيا وآسيا وبعض البلاد الأمريكية اللاتينية حيث توجد جاليات عربية كبيرة. كما ينبغي أن تقوم هذه الإدارة كذلك بتشجيع ترجمة جيدة للكتب التي تعتبر أمهات الأدب العربي والحضارة العربية إلى اللغات الأجنبية، والاتفاق مع دور النشر في الخارج لنشر الكتب المترجمة.

ي- صندوق الدعوة العربية:

ومهمته تمويل الجهاز المقترح عن طريق المساهمات التي تقدمها الدول الأعضاء، وتخصيص ١٠٪ من عائدات البترول العربي لهذا الصندوق. ولا بأس كذلك من

تخصيص أسبوع من كل عام للدعوة العربية، والقيام بحملة لجمع التبرعات من جميع البلاد العربية، ومن جالياتها المقيمة في الخارج[1].

---

[1] دفعت بهذا الكتاب إلى المطبعة قبل أيام قليلة من قيام الحرب. الأخيرة بين العرب وإسرائيل، وذلك في الخامس من شهر يونيه (حزيران) سنة ١٩٦٧، والذي لا ريب فيه أن العرب تعلموا من هذه الحرب دروسًا كثيرة، وذلك من الناحية العسكرية والناحية الإعلامية، ولا يعنينا من هذه الدروس في مثل هذا الكتاب الذي بين يدي القارئ غير الناحية الإعلامية.. وهذه الناحية الأخيرة أصبحت بحاجة شديدة إلى جهود كبيرة نرجو أن تكون الدراسة التي يقدمها هذا الكتاب تمهيدًا لها وبداية للخطط العلمية التي تبنى عليها.

لقد بني الإعلام العربي والدعاية العربية في الفترة الأخيرة التي سبقت هذه الحرب على شيء من المبالغة وإفشاء الأسرار العسكرية. فكان هذا الإعلام يكشف دائمًا عن الأسلحة الحربية التي تحصل عليها الجيوش العربية. وكانت إسرائيل تستغل هذه البيانات العسكرية وتستند إليها في استجداء أمريكا لعدد كبير من الأسلحة الحربية لكي تصبح قوتها متوازنة مع قوى العرب.

كما كانت الدعاية العربية في تلك الفترة تعتمد على السباب والقذف على حين أنهما لا يؤثران في الشعوب الغربية أمريكية وأوربية قدر ما تؤثر فيها السخرية الهادئة اللاذعة.

(وبعد) فقد أيقنت الشعوب العربية عقب هذه الحرب بالحاجة الماسة إلى أمور كثيرة أهمها ما يلي:

١– الإيمان بضرورة الوحدة العربية، بحيث تصبح هذه الوحدة عقيدة راسخة.

٢ -العناية بدراسة الخطط الإعلامية بنفس الدقة التي توضع بها الخطط العسكرية.

٣ -النظر إلى العلم الحديث على أنه سلاح من أقوى الأسلحة في الميدانين الحربي والإعلامي .

٤– إعادة النظر في الاقتصاد العربي على ضوء التجربة المريرة التي مرت بالعرب في الحرب الأخيرة.

٥– تعبئة الشعوب العربية كلها بحيث يصبح كل شعب عربي وهو عبارة عن ثكنة عسكرية كما هو الشأن في إسرائيل التي ثبت أنها تحولت منذ عام ١٩٥٨ إلى ثكنة عسكرية يشترك فيها الرجال والنساء والفلاحون والعمال. وقد حمل الجميع السلاح واستعدوا استعدادًا تامًا للمعركة، وعرف كل مواطن من المواطنين موقعه منها.

الفصل الرابع

الدعاية النازية

كان من الطبيعي أن تقوم الدعاية النازية على الأفكار والمبادىء التي اشتمل عليها كتاب هتلر: (كفاحي). وفيه يقول عن الدعاية "أنها التأثير في خيال الجماهير التي تسيطر عليها الغريزة. وعلى الدعاية أن تتخذ لنفسها شكلًا سيكولوجيًا ملائمًا حتى تسلك الطريق الملائم لهذه الجماهير. ومن رأيي أنه يجب أن تخضع البرامج المدرسية والتوجيهية لخدمة الدولة"[١].

ويقول هتلر كذلك في خطاب له في مؤتمر نور نمبرج سنة **١٩٢٩** في وصف الدعاية النازية: " لقد أوصلتني الدعاية إلى الحكم. وبالدعاية حافظنا على مراكزنا. وبها سوف نستطيع أن نغزو العالم كله".

وهكذا كانت الدعاية النازية من أقوى الأسلحة التي اعتمد عليها النظام النازي. وكانت لها أيديولوجية سياسية تهدف– كما يقول هتلر– إلى غزو العالم كله.

ومن رأى (جوبلز) وزير الدعاية في عهد هتلر كذلك: "إن الدعاية يجب أن تستخدم في حكم الشعب، وأنه يجب أن تكون مكانتها الأولى بين تلك الفنون، ولا يمكن الاستغناء عنها في بناء الدولة الحديثة. وأن الهدف الأول للدعاية هو قيادة الناس إلى الأفكار التي ترغب الدولة ان يعتنقها الجميع[٢].

من أجل ذلك سخر هتلر كل أجهزة الاعلام في ألمانيا لهذه الغاية التي أشار إليها هو ووزيره. ومن تلك الأجهزة بطبيعة الحال (جهاز الاذاعة).

---

[١] حسن الحسن، الاعلام والدولة، ص٣٥٧، بتصرف.

[٢] نفس المصدر السابق.

وقد كانت هذه الاذاعة أقرب إلى الدعاية منها إلى الإعلام بالمعنى المفهوم لهذه الكلمة الأخيرة وآية ذلك أن الإذاعة كانت تؤكد دائمًا بأن الأعمال العدوانية التي قامت بها ألمانيا ضد بعض الدول ليست في حقيقتها إلا محاولة لضمان العدالة وإصلاح الأخطاء الكثيرة التي وقعت فيها، ولا كثار عدد الذين يعطفون على ألمانيا في مختلف أنحاء العالم، ولتقدير الدور الذي تقوم به ألمانيا في سبيل حماية أوربا من انتشار الشيوعية.

والحق لقد كثر النزاع حول الدعاية النازية. واختلف الباحثون في مقدار ما فيها من الصواب ومقدار ما فيها من الخطأ.

ومهما يكن من شيء فلهذه الدعاية عيوب ولها محاسن. ومن واجبنا أن ندرس الأمرين معًا.

كان هتلر يقول أن من مصلحة ألمانيا أن تتخذ لنفسها نظامًا خاصًا في الاعلام والدعاية يتلاءم معها. ولذلك رأينا وزيره (جوبلز) يأخذ نفسه بدراسة عميقة للدعاية كشفت عنها مذكراته ومحفوظاته. وهذه الدراسة هي الجانب الحسن من الدعاية النازية كما سنوضح ذلك بعد. أما الجانب السيء من هذه الدعاية فيتضح لنا فيما يلى:

سمات الدعاية النازية

لاشك أن من أخطر عيوب هذه الدعاية عين واضحين هما:

أولًا- إن هذه الدعاية كانت السبب الأول والأخير في قيام الحرب العالمية الثانية، وفيما قاساه العالم كله بوجه عام وألمانيا بوجه خاص من ويلات هذه الحرب.

ولا ينبغي أن ننسى بأن النظرية النازية في ذاتها كانت تقوم على جملة من المبادىء تنكر حق الفرد وتنكر ماله من قيمة ذاتية. فالفرد في هذه النظرية كالنحلة في خلية النحل يجب عليه أن يلغي شخصيته إلغاءً تامًا، وأن يفني في الجماعة فناءً تامًا، لأن الفرد في هذه النظرية لا يفكر بل يدع مهمة التفكير للدولة فهي التي تفكر

له، وما هو غير آلة تنفذ ما تفكر فيه الدولة.

ثانيًا- أما العيب الثاني من عيوب النظرية النازية فهو القول (بالعنصرية الأرية). ومعناها النظر إلى كل فرد من أفراد الشعب الألماني على أنه عنصر ممتاز عن بقية العناصر التي منها سائر البشر. ولذلك فمن حق هذا العنصر الجرماني أن يسود على جميع أفراد البشر.

وتطبيقًا لهذه النظرية العنصرية وجدنا هتلر يرتب الشعوب في درجات ويجعل لها أرقامًا. والشعب الالماني رقم (١) والشعب الفلاني رقم:(٢) والشعب الفلاني رقم (٣) وهكذا. ولم يكتف بذلك حتى وضع لكل شعب من هذه الشعوب النظام الذي يلائمه من حيث الإعلام والدعاية حتى إذا وصل هتلر في كلامه إلى اليهود أكد أن سياسة الارهاب هي وحدها السياسة التي تصلح لهم دون غيرهم.

أساليب الدعاية النازية ونظمها واهدافها

للدعاية النازية أساليب تميزها عن غيرها من الدعايات ولها نظام يختلف عن أنظمة هذه الدعايات. ومن أهم هذه النظم والأساليب مايلي:

أولًا- وزارة الدعاية:

وقد كان وزير الدعاية في العهد الهتلري هو (جوبلز) وكان يعتبر الرجل الثاني في الدولة بعد هتلر مباشرة. وتقوم هذه الوزارة على النظام المركزي بحيث يتصل الوزير مباشرة بمديري الإدارات في وزارة الدعاية. ولا يكون اتصال الوزير بهؤلاء المديرين عن طريق وكلاء الوزارة حتى لا يحدث تغيير أو تبديل في توجيهات الوزير بسبب نقلها من الوكيل الى المدير.

ومن أجهزة هذه الوزارة كذلك جهاز يقال له (الجستابو) أو المخابرات الألمانية. وكان من عمل هذا الجهاز الأخير مراقبة أفراد الشعب في كل شيء حتى في استماعهم للإذاعات الأجنبية التي حرمها عليهم هتلر تحريمًا باتًا. وكان يهدد كل من استمع لإذاعة أجنبية بوضعه في المعتقل. ومن أجل هذا عمد هتلر إلى إنشاء مصانع

كبيرة لأجهزة الراديو المحلية أو السلكية للاستغناء بها عن الأجهزة اللاسلكية التي تصل ألمانيا بجميع أنحاء العالم. ووضع هتلر في كل منزل مكبرًا للصوت لينقل الإذاعة التي تحملها الشبكة السلكية التي تسيطر عليها الحكومة سيطرة تامة لأنها المحطة الوحيدة للإذاعة في برلين.

ثانيًا- تنظيم المظاهرات الشعبية في أثناء خطب هتلر أو غوبلز.

الحق أن أشد مايعجب له المؤرخ للعهد الهتلري هو عنايته البالغة بتنظيم المظاهرات على نحو يذهل العقل. فإذا تحدد موعد لإحدى الخطب التي يلقيها "هتلر أو جوبلز" ذهبت الجماهير إلى مكان الاجتماع في نظام دقيق لتستمع إلى الخطبة بإصغاء تام، وتنشد الأناشيد بنظام معين، وتلقي الهتافات لهتلر وتؤدي السلام الهتلرى (هايل هتلر) بنظام معين. وكأن هذه الجماهير في كل ما يصدر عنها من هذه الحركات آلات تدار بأصبع اليد الواحدة.

وهكذا نجحت الدعاية النازية في تعبئة الشعب الألماني كله ولم يترك هتلر ولا جوبلز شيئًا للصدفة، بل وضعا نظامًا دقيقًا لكل مظاهرة من المظاهرات التي يقوم بها الشعب الالماني.

ثم هكذا تحقق قول هتلر في كتابه كفاحي: "يجب أن نعمل لا في المجالات السرية، بل عن طريق القوة الساحقة للجماهير. ولا يكون ذلك بواسطة الخنجر أو السم أو المسدس وإنما عن طريق واحد فقط، هو غزو رجل الشارع. ولذلك يجب أن تكون روح الدعاية في مستوى يتلاءم مع روح الجماهير وعقليتهم حتى يتجمع لنا منهم أكبر عدد ممكن".

ثم إن تنظيم هذه المظاهرات كان يعتمد كذلك على الموسيقى وخاصة منها موسيقى (فاجنر) وهي الموسيقى التي غلب عليها الطابع الحماسى. وكانت المنصة التي يخطب من فوقها هتلر تضاء بطرق هندسية خاصة تلهب مشاعر الجماهير وتهيئهم تهيئة خاصة لسماع خطبته.

ثالثًا- نظرية منطاد الاختبار:

وتفسير هذه النظرية أن الزعيم أو القائد إذا أراد أن يعرف رأي الشعب في موضوع من الموضوعات وأن يقف على مدى تجاوبه مع هذا الموضوع أو ذاك فإنه يعمد إلى نشر رأي عن هذا الموضوع في صحيفة من الصحف. ثم ينتظر مدة من الزمن ليرى بعدها مبلغ استجابة الشعب لهذا الموضوع في الأوساط الاجتماعية على اختلافها. فلو كان الرأي العام يميل إلى هذا الموضوع فإنه يعيد نشره في شتى الصحف، ويسمح بإذاعته في محطات الإذاعة، وينسب هذه الفكرة لنفسه بعد أن كان يخفي هذه النسبة إلى نفسه.

وأما إذا وجد الرأي العام يقف ضد هذا الموضوع فإنه سرعان ما ينتهز أول فرصة يلتقي فيها بأكبر عدد من الشعب. وإذ ذاك يعلن أن ما ورد في الصحيفة الفلانية في موضوع كذا ليس له أساس من الحق أو الصحة، وأنه لا يوافق عليه بحال من الأحوال لأنه إنما ينظر إلى المصلحة العامة لا الخاصة.

وبنفس هذا الأسلوب كان يتعامل هتلر مع الشعب الألماني بين آونة وأخرى. ولذا كان يبدو أمامه بمظهر البطل الأوحد والزعيم الفرد ومصدر القوة الحقيقية للشعب، وبأن ألمانيا إن أرادت لنفسها المجد الحقيقي فلا طريق لها إلى مثل هذه الغاية إلا الإنقياد التام للتنازى.

رابعًا- نظام القمصان السمراء:

كان من أهداف الدعاية النازية إلقاء الرعب في قلوب الأعداء باستمرار، وكان يعتمد في ذلك على التهويل والمبالغة وعلى المظاهر التي منها تأليف فرق الشباب ذوى القمصان السمراء. والعجيب أن أعداء ألمانيا النازية انخدعوا في أول الأمر بهذه المبالغات. وصدقوا أن ألمانيا تلمك كذا وكذا من المعدات والذخائر الحربية ونحو ذلك ولهذا السبب كانت إنجلترا وفرنسا تستجيبان لمطالب هتلر خوفًا من تلك الأسلحة.. وبقي الحال على ذلك حتى قامت الحرب العالمية الثانية. وإذ ذلك ثبت

للعالم أن سياسة الإرهاب التي كان يتبعها هتلر لم تكن سياسة ناجحة. لأنها لم تعتمد على الصدق أو الواقع قدر ما اعتمدت على الكذب أو الوهم. واستطاع الحلفاء في نهاية الأمر أن يتغلبوا على هتلر. فزال عن الوجود وزالت معه ك ل هذه الأساليب.

كان جوبلز يقول.. اكذب ألف مرة ولو صدقك الناس مرة واحدة فأنت الصادق.

خامسًا- الصليب المعقوف:

وقد كان على كل فرد في الحزب النازي أن يطبع الصليب المعقوف على سترته وسيارته وعلى باب منزله وعلى آنية أكله وشربه متى أمكن ذلك. والغرضي الله عنه من ذلك أن يكون هتلر والنظام التازي في ذاكرته دائمًا ابتداءً من يقظته في الصباح إلى أن يذهب إلى فراشه في الليل، وذلك تطبيقًا لأسلوب من أساليب الدعاية يقال له (من الباب للباب).

ويقال أن هذا الصليب المعقوف يرمز إلى شيئين هما: الدين والقوة. ويقال غير ذلك. ومهما يكن الأمر فقد اتخذته الحركة النازية رمزًا لها في ذلك الوقت، ووفقت توفيقًا عظيمًا في اختيار هذا الرمز.

وقريب من الحليب المعقوف في نظام الدعاية النازية التحية المعروفة التي كان يقابل بها هتلر من الشعب الألماني بين لحظة وأخرى. وهي قولهم (هايل هتلر).

وهذه التحية من جانب والصليب المعقوف من جانب آخر أمران خاصان بالشعب الألماني وحده فإذا مارسهما غير الألماني فإنه يعرضي الله عنه نفسه للعقاب أو يلقى في معسكرات الاعتقال. ولذلك لم يكن يسمح لليهود بحمل الصليب المعقوف حتى لا ينخدع بهم الشعب الألماني.

على أن هذا الصليب المعقوف لم يكن يحمله الألماني خارج بلاده ذلك أن هتلر كان يتخذ من الألمان خارج ألمانيا ما يسمى "بالطابور الخامس". وكان يقول للألماني الذي سلك نفسه في هذا الطابور:– أنك من عنصر جرماني وستكون حاكمًا للبلاد

التي تقيم فيها بعد أن تغزوها. وبهذا الأسلوب كان هتلر يفتح البلاد بسهولة ويسر عبرت عنهما جريدة التايمس بقولها: "إن هتلر يفتح البلاد قبل أن يصل جيشه إليها. ذلك أن البلد الذي يريد أن يدخله يكون مهيأً له عن طريق الطابور الخامس الذي أعده إعدادا صحيحًا في ذلك البلد".

هذه هي أهم الأساليب التي اعتمدت عليها الدعاية النازية. يضاف إلى كل ذلك ما يجب أن تعنى به الحكومات التي تأتي دائمًا عقب الثورات والانقلابات الكبرى، ومن ذلك العناية بالصحافة والإذاعة وغيرهما من وسائل الإعلام المعروفة والدقة في اختيار الأفراد القائمين على هذه الأجهزة حتى يعملوا في انسجام تام مع الحكومة. ومن ذلك أيضًا العناية بنشر الثقافة التي تدعو إليها الحكومة الجديدة أو الثورة الجديدة. وقد كان هتلر يعمل على نشر الثقافة الألمانية بحيث أن كل ما هو جديد في هذه الثقافة لابد أن يعرفه الناس جميعًا في الخارج.

وأما بالنسبة للفكر النازي والفلسفة النازية ومهاجمته الفلسفات والنظريات الأخرى فكان يقوم به قسم يقال له "مقاومة دعاية الإعداء".

يضاف إلى كل ما تقدم تدخل الحكومة في أمر تربية النشأ، وهذا ما عنى به هتلر عناية كبيرة وانشأ من أجله ما يسمى (بالمنظمة الهتلرية التربية النشء) وقد عملت هذه المنظمة على تهيئة الشباب الألماني لتقبل النظام النازي والإيمان المطلق بهتلر وقدرته على أن يجعل ألمانيا حاكمة ومسيطرة على العالم أجمع. وهذا هو الهدف الأسمى للدعوة النازية.

الفصل الخامس

الدعاية السوفيتية

قبل الكلام عن الدعاية السوفيتية لا مفر لنا من الكلام عن الأيديولوجية الشيوعية. والمعروف أن الشيوعية تقوم على آراء ماركس. وفي رأي هذا الفيلسوف الشيوعي أن الهدف الرئيس الفلسفة الشيوعية هو إقامة مجتمع تتحقق فيه العدالة التامة. وفي رأيه كذلك أن هذا الهدف لا يتحقق ما لم تسبقه مرحلة انتقالية تكون فيها السيطرة التامة لطبقة (البروليتاريا) أو طبقة الكادحين من العمال والفلاحين. وبعد هذه المرحلة الانتقالية تأتي مرحلة المجتمع الشيوعي الذي هو الغاية القصوى من قيام الحركة الشيوعية.

لذلك صدر أول دستور سوفيتي سنة **١٩١٨** وجاء فيه أن المهمة الرئيسية للدستور خلال فترة الانتقال الحالية هي إقامة ديكتاتورية البروليتاريا في المدينة وديكتاتورية الفلاحين في القرية. والقصد من هذه الديكتاتورية في الحالتين هو القضاء على البرجوازية وعلى استغلال الإنسان لأخيه الإنسان، والقصد منها كذلك هو الوصول إلى الحالة التي يصح فيها المجتمع بغير حاجة إلى حكومة. إذ الحكومة في ذاتها ظاهرة عارضي الله عنهة مصيرها إلى الزوال والاختفاء التام.

وفي سنة **١٩٣٦** صدر الدستور السوفيتي الثاني وهو يحمل نفس وهذا الطابع. ويقوم هذا الدستور على أساسين:

أولهما– إلغاء الملكيات الخاصة لوسائل الإنتاج ومنع استغلال الإنسان أخاه الإنسان.

وثانيهما– إقامة الديكاتورية البروليتارية ووضعها موضع التنفيذ وسحق الطبقة الرأسمالية وذلك عن طريق:

الحزب الشيوعي الواحد

وهو المحتكر الوحيد للسلطة السياسية في الحكم السوفيتي، والمحتكر الوحيد للنشاط السياسي من جميع نواحيه. واحتكار الحزب الشيوعي للسلطة على هذا النحو جعله يدعي العصمة لنفسه، وأدى به إلى رفض كل معارضي الله عنهة له مهما كان مصدرها.

والحزب الشيوعي في نظر لينين أشبه ما يكون بهيئة أركاب حرب الجيش. وهذا الحزب– أو هذه القيادة– هي التي تأمر الطبقة العاملة الزحف إلى الأمام أو بالهجوم أو بالتراجع والتقهقر حسبما تقضي بذلك الظروف. والحزب الشيوعي الواحد في نظر (لينين) كذلك ليس من شمله السير خلف الجماهير. وليس من عمله كذلك تسجيل آلام الطبقة العاملة وأفكارها– إن كان لديها إفكار– ولكن عمله في الواقع هو قيادة الطبقة العاملة أو طبقة البروليتاريا.

وعلى هذا فإن أول خطوة في الحركة الماركسية هي العمل على السيطرة التامة على أذهان الطبقة العاملة وكسبها إلى جانب الماركسية. ومع هذا وذاك فإن النظرية الشيوعية توجب على الحزب أن يصغي لصوت الجماهير دون أن يعلم بذلك الجماهير، وأن يحكم على نفسه بمدى استعداد هذه الجماهير لتأييد النظرية الشيوعية التي يقوم عليها.

من أجل ذلك أوجب الحزب الشيوعي على نفسه السيطرة التامة على جميع وسائل الإعلام– ومن أهمها– كما سنعرف ذلك بعد– إدارة تسمى إدارة الشيوعية والدعاية. ولذلك كان كل من (لينين) و (استالين) يتحدث عن الصحافة والإذاعة ووسائل الإعلام الأخرى على أنها أدوات في يد الحزب. أو– على حد تعبيرهما– لجام تشد به الجماهير إلى الحزب. والحزب هو الذي يقرر برامج الإذاعة والمواد التي تنشرها الصحف والمواد التي تعرضها السينما. والدولة هي التي تقوم بتكاليف الصحافة والإذاعة والسينما وغيرها من أجهزة الاتصال بالجماهير. وهذه التكاليف لا

تقل في ذاتها عن تكاليف الإعلان في أكبر الدول الرأسمالية كالولايات المتحدة وغيرها.

والخلاصة حتى الآن أن النظرية الشيوعية لا تهمل الرأي العام، ولا تقلل من أهميته. ولكنها تشعر بالحاجة الماسة إلى التدخل التام في تشكيله بالصورة التي تراها.

بقي أن نقول عن نظام الحزب الشيوعي أن اللجنة المركزية له تتألف من المكاتب الآتية:

١- مكتب للتنظيم تكون له القيادة العامة في التشكيل الشيوعي بأكمله.

٢- مكتب للإدارة يقوم بأعمال السكرتارية.

٣- مكتب لمراقبة الحزب يشرف على تنفيذ قراراته ويتبع تنفيذ القرارات.

٤- مكتب للمراجعات المالية.

٥- مكتب للأعمال السياسية وحدها.

ويتكون هذا المكتب الأخير من أربعة عشر عضوًا يعبرون عن الحزب وله القوة الحقيقية والمسيطرة على الحزب كله. وله كذلك يخضع المؤتمر العام للحزب الشيوعي. والمكتب السياسي هو صاحب الحق في دعوة المؤتمر للانعقاد في فترات متباعدة جدًا- واعني كل ثلاث سنوات على الأقل.

نظام الدعاية الشيوعية أو السوفيتية

إذا كان ماركس هو واضع النظرية الشيوعية فإن (لينين) هو واضع الأسلوب العلمي للدعاية الشيوعية (ولينين) هو الذي وضع هذه القاعدة التي تقول: "إن العامل الأساسي للدعاية دائمًا هو الإثارة والتهيج (Agit action) بين طبقات الشعب".

ولينين كذلك هو الذي ابتدع نظامًا للدعاية يقوم على طوائف ثلاث وهي: طائفة المنظمين، وطائفة الدعاة، وطائفة مثيري القلاقل.

(فالمنظم) يتولى تنظيم الاجتماعات والاحتفالات المحلية ويقوم بتنظيم الدعاية في هذه الحفلات والاجتماعات.

(ومثير القلاقل)- أو المحرض عنه- هو الشخص الذي عنده فكرة واحدة، أو عدد بسيط من الأفكار يرددها أمام عدد قليل من الناس لكي ينيرهم شيئًا فشيئًا.

(والداعي) يتلقى الموضوع الذي تراد الدعاية له ويضيف إليه كثيرًا من عنده ويذيعه على أكبر عدد من الناس، وهو في ذلك يخالف المحرضي الله عنه- أو مثير القلاقل- في أن المحرضي الله عنه يأخذ فكرة معينة وينقلها إلى شخص معين، أو عدد قليل من الأشخاص بقصد الإثارة. كما يفعل مثلا حلاق القرية أو الحي، أو بقال الشارع أو الكواء. أو كما يحدث من طالب واحد أو عدد قليل من الطلبة يهتفون بهتاف معين يقصدون به إثارة الباقين من الطلاب.

وسائل الدعاية السوفيتية

وهي كثيرة منها:

ا- الصحافة- ولاشك أن الصحف من أقوى الوسائل التي تعتمد عليها الدعاية السوفيتية. ولكل فئة في الاتحاد السوفيتي صحيفة تتحدث إلى هذه الفئة بطريقة معينة. فللفلاحين صحف، وللعمال صحف، وللمثقفين صحف وهكذا. ومعنى ذلك أن الصحافة السوفيتية صحافة موجهة من قبل الدولة بكل ما تحمل كلمة (التوجيه) من معنى. بل أن الصحافة في داخل روسيا السوفيتية تختلف عن الصحافة في غيرها من البلاد الشيوعية. أي أن الاتجاه في جميع الصحف الشيوعية واحد في العالم، ولكن الطريقة تختلف باختلاف الشعوب كما تختلف باختلاف الفئات. ويتضح لنا ذلك من هذا المثل:

١ . عندما يريد الشيوعيون أن يهاجموا دولة من الدول فإنهم يطلبون إلى موسكو أن تلتزم الصمت وإلا تتدخل صحفها في هذا الموضوع، وأن تبدي الحكومة شعور المودة والتقدير لهذه الدولة. ثم يطلبون في نفس الوقت إلى بعض الصحف الشيوعية

في بلد من البلاد مثل (لبنان) أن تهاجم هذه الدولة. وهكذا توقع موسكو الصحف الشيوعية اللبنانية في الحرج. وصل هي من هذا الهجوم بدعوى أن هذا العمل لم يصدر منها ولكن صدر من غيرها ولا ذنب لها في شيء من ذلك.

٢- التوجيه الثقافي والعلمي:

يقضي النظام السوفيتي بأن فروع الثقافة المختلفة من آداب وفنون وعلوم ونحو ذلك لابد أن تكون كلها في خدمة الدولة. ولا بد أن تهدف إلى شيء واحد فقط هو تكوين العقل السوفيتي الجديد. وقد نجح الحزب الشيوعي في هذه الغاية نجاحا لا نظير له. ومن أجل ذلك أقام الحزب الشيوعي ستارًا حديديًا حول الاتحاد السوفيتي حتى لا تستطيع أية ثقافة من الثقافات الأجنبية أن تغزو العقل السوفيتي الجديد بأية صورة من الصور. وهذا ما يعبر عنه بسياسة (النوافذ المغلقة). ومن أجل ذلك منع الحزب الشيوعي نظام الإذاعة السلكية وفعل ما فعله هتلر من قبل من أنه شجع على قيام نظام الإذاعة اللاسلكية. وعن طريق هذا النظام يستطيع راديو موسكو أن يذيع ما يريده للشعب. ولا يستطيع هذا الشعب أن يستمع إلى إذاعة أجنبية في نفس الوقت.

ومثل ذلك يحدث في الأدب الشيوعي فإنه أدب موجه أكثر منه أدبًا هادفًا. ولذلك لا يؤمن السوفييت بالنظرية القائلة (الأدب للأدب) أو (الفن للفن). ولهذا السبب كذلك لا يشجع الحزب إلا على الأدب الذي يؤمن بالنظرية الماركسية ويدعو لها. وكذلك يفعل الحزب الشيوعي بالأفلام فلا يسمح منها لغير الفلم الموجه أو القلم الذي يمجد المذهب الشيوعي ويعظم من شأن الماركسية. وينظر إلى (المانيفستو) الشيوعي نظرة المسيحي إلى الإنجيل نفسه.

ولينين في كل ذلك يشبه بهتلر، من حيث الاعتماد على الدعاية باعتبارها قوة سياسية لا نظير لها في الدولة.

٣- تقيد حرية السياحة:

لم يكن مسموحًا لأي سائح سوفيتي بالخروج من بلاده إلى بلاد أخرى خوفًا من أن يطلع في هذه البلاد الجديدة على نماذج جديدة من الفكر والثقافة والحضارة ونوع المعيشة، وبقيت هذه الطريقة متبعة في الاتحاد السوفيتي إلى أن استقرت قواعد النظام الجديد، وأصبحت النظم البلشفية عقيدة للشعب الروسي كله. وإذ ذاك فقط بدأ الحزب يتساهل قليلًا في تقييد حرية السياحة. وهو واثق أن السائح السوفيتي لن يتأثر إيمانه بالشيوعية الماركسية عن طريق السياحة.

٤- ادعاء الإجماع:

ويمثل هذه الوسيلة من وسائل الدعاية ما قيل من أنه حدث في إنجلترا أن أرسل منشور للملكة من قبل ثلاثة فقط من الخياطين في لندن. ولم يحدد المنشور العدد الذي اشترك في كتابه وأرساله. بل صدر بالعبارة التالية:- نحن شعب بريطانيا. والقارئ لمثل هذا المنشور يجهل بطبيعة الحال أن ثلاثة فقط هم الذين أرسلوه إلى الملكة، ولكن عندما أجري تحقيق دقيق اتضح أن ثلاثة فقط من الخياطين الشيوعيين الساخطين على شيء معين هم الذين أرسلوه إلى الملكة. وأنهم استخدموا في كتابة المنشور هذه الطريقة التي تسمى (ادعاء الإجماع)[1].

وهذه هي نفس الطريقة المتبعة في كثير من المنشورات الشيوعية في البلاد المؤمنة بهذا النظام.

ونفس هذه الطريقة متبعة كذلك في الصحف السوفيتية حين تتظاهر بالإجماع على خير معين لغاية سياسية معينة. وقد لا يكون هناك أساس من الصحة لهذا الخبر. وفي هذه الحالة تبلغ الصحافة السوفيتية آخر درجات التضليل. وهي تعتمد في كل ذلك على القاعدة التي تقول "الغاية تبرر الوسيلة".

---

[1] الدكتور مُحَمَّد عبدالقادر حاتم، محاضرات في كلية الآداب، مخطوطة ص ١٠٤.

٥- العناية بتربية النشء تربية ماركسية بحتة:

من الكلمات المأثورة عن ستالين قوله: "إننا نريد عقولًا متشابهة. فيجب أن نصل إلى هذه العقول بخلق طراز جديد من النشء، وطراز جديد أيضًا من الرأي العام، وذلك عن طريق نشر المبادئ الشيوعية لغاية واحدة هي جعل عقول الناس متشابهة إلى أكبر حد ممكن. ونحن الرابحون من وراء ذلك وبتكون العقول المتشابهة يصبح أمر الدعاية سهلًا علينا للغاية أو بعبارة أخرى يكفي أن نقنع عقلًا واحدًا بمبادئنا لكي نقنع كل العقول الأخرى بنفس المبادئ".

من أجل ذلك وجدنا الحزب الشيوعي يتحكم تحكمًا تامًا في نوع الثقافة التي يقدمها للشعب الروسي ونوع الأدب الموجه الذي يستمتع به الشعب الروسي، ونوع الأفلام السينمائية التي يتسلى بها وهكذا. وبهذه الطريقة وحدها يأخذ الحزب الشيوعي في تعبئة الشباب الروسي والمجتمع الروسي للدفاع عن المبادئ الشيوعية والإيمان المطلق بها.

ومن أجل ذلك أيضًا يؤمن الشيوعيون بنصيحة لينين التي يقول فيها أنه يجب تشويه الثقافات الأجنبية باستمرار وتشويه البورجوازية بلا انقطاع، وتمجيد الثقافة السوفيتية على الدوام.

***

توجد إلى جانب الوسائل الخمس المتقدمة خطط أخرى ليست لها أهمية الخطط السابقة. ومن هذه الخطط الأخرى:

أ- **خطة التباهي** بناحية معينة يحاول الروس إظهارها للعالم كله على سبيل الاستعلاء والمفاخرة وإلقاء الرعب في نفوس الإعداء. ومن ذلك تركيز الروس على موضوع (غزو الفضاء) وحديث الصحف كلها عن هذا الاختراع

نعم، إن الاتحاد السوفيتي سبق أمريكا إلى هذا الكشف العلمي. ولكن ليس معنى ذلك أن تتخذ روسيا من هذا السبق ذريعة إلى السيطرة المعنوية أو العقلية على

أجزاء العالم كله. والعلم في ذاته لا وطن له. وكل أمة من الأمم المتقدمة لها حصتها في هذا التقدم.

ب- التشهير بجوانب الضعف في الأمم المعادية.

وهذا نوع من الدعاية المغرضي الله عنهة المكشوفة في وقت ما. والشاعر العربي يقول:

وعين الرضي الله عنها عن كل عيب كليلة   ولكن عين السخط تبدي المساوىء

غير أن الأعداء الحقيقيين يفعلون أكثر من ذلك. فإنهم إذا رأوا عملًا سيئًا من أعدائهم أشاعوه وشمتوا به وفضحوا أعداءهم على الملأ، وذلك بطريق الإذاعة والصحف. وأما إذا رأوا منهم عملًا من الأعمال الحسنة فإنهم يسكتون عنه ولا يتحدثون عنه ولو بكلمة عابرة.

ج- استخدام التهكم والسخرية:

وهو من الأسلحة القديمة في تاريخ الأدب قبل تاريخ الصحافة. ولا غنى عنه مطلقًا في التعبير عن السخط على أمر معين أو الضيف بأمر معين. سواء إصدار هذا السخط عن فرد أو شعب أم حكومة أو جماعة من الناس ضد جماعة أخرى.

ساق الدكتور عبدالقادر حاتم إلينا هذا المثل: كان في بلجيكا مرشح للانتخابات اسمه ميشيل، فتصدى له رجل شيوعي لينافسه. فعمد الشيوعيون في دعايتهم إلى أسلوب السخرية فأتوا بحمار وكتبوا على ظهره العبارة التالية: "إني انتخب ميشيل" وطافوا بهذا الحمار في أرجاء المدينة.

***

تلك نماذج من دعايات مارستها الصهيونية والنازية والشيوعية. وكانت الغاية الحقيقية لكل واحدة منها هي الرغبة في السيطرة على جمع أجزاء العالم. وكانت الطريقة المتبعة في كل منها هي لبس الحق بالباطل.

ومع أن الناس في كل زمان ومكان يسيئون الظن بلفظ (الدعاية) فإنهم لا يستطيعون أن يبرؤا من الخضوع لها والتأثر بها والعمل على تحقيق الهدف الذي تسعى إليه. ومن أجل ذلك قالوا عن الدعاية أنها قوة سياسية جديدة، ونظروا إلى الدعاية على أنها أكبر أنواع الضغط الاجتماعي في القرن العشرين– قرن الدعاية كما يقولون.

خاتمة

حرية الإعلام

ليس خيرًا من أن تختم هذا الكتاب بكلمة تعرضي الله عنه فيها لأكبر قضية تشغل بال الناس في هذا العصر الذي نعيش فيه. وهي القضية الخاصة بحرية الإعلام.

إن أول عبارة وقع عليها نظر القارئ لهذا الكتاب هي العبارة التي تقول: (إن الرأي العام والاعلام وجهان لعملة واحدة. وهذه العملة هي الحرية) ونريد أن نعود إلى تفسير هذه العبارة وذلك في معرضي الله عنه الكلام عن هذه القضية الهامة.

سبق لنا أن ارتضينا تعريفًا للإعلام، هو التعريف الذي يقول (إن الإعلام تعبير موضوعي لعقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم). غير أن اتجاهات الجماهير وميولها الدالة على عقولها كانت في أول أمرها عبارة عن اتجاهات فردية، وسلوكًا شخصيًا.

ثم انضمت هذه الاتجاهات الفردية بعضها إلى بعض وامتزج بعضها في بعض، وتألف من هذا المزج ما يسمى (بالرأي العام) أو (الاتجاه العام) ثم جاء الإعلام في نهاية الشوط فوجد نفسه مسؤولًا عن التعبير عن الرأي العام والاتجاه العام بوسائله المعروفة التي منها الصحافة والإذاعة والكتب والخطب وغير ذلك.

إن معنى ذلك أنه إذا أعطت الحرية للأفراد في التعبير عن آرائهم الذاتية ومناقشاتهم العامة حول مشكلة من المشكلات أو حادثة من الحوادث أدى ذلك بطبيعة الحال إلى انتقال هذه الحرية في التعبير من الأفراد إلى الجماعات. وإذا أتى دور الإعلام للتعبير عن هذه الآراء الفردية التي تحولت إلى آراء جماعية فإن هذا الإعلام لابد أن يكون موسومًا هو الآخر بسمة الحرية.

والخلاصة أن المناقشة الحرة هي الشرط الأول في الوصول إلى حرية الإعلام،

وهذا هو المعنى المقصود من العبارة التي تقول (إن الحرية في ذاتها تشبه العملة التي يتداولها الناس في الأسواق. ولعملة الحرية وجهان: أولها الرأي العام. وثانيهما الإعلام).

اتفقت دساتير العالم على أن لكل فرد من أفراد المجتمع مطلق الحق في أن يعبر عن رأيه ما دام قادرًا على ذلك عن طريق الصحف أو الكتب أو الإذاعة أو الخطابة أو الاتصالات الشخصية وغير ذلك من وسائل الإعلام المختلفة.

ومن هنا قيل في معنى حرية الصحافة أنها حرية الطبع والنشر بدون إجازة سابقة من الحكومة– بشرط أن يكون ذلك في حدود القانون.

وذلك ما نصت عليه المادة الحادية عشرة من حقوق الإنسان. وقد جاء فيها:

إن التداول الحر للأفكار والآراء حق من حقوق الإنسان. فلكل مواطن الحق في أن يتكلم ويكتب ويطبع بصورة حرة، وهو مسؤول عن سوء استعمال هذه الحرية في المجالات التي يحددها القانون.

معنى جديد لحرية الصحافة

غير أنه بظهور (الاشتراكية) نظر الناس نظرة جديدة إلى حرية الصحافة. وبثوا هذه النظرة الجديدة على أساس اقتصادي إلى جانب الأساس القديم، وهو الأساس السياسي.

ومعنى ذلك أن حرية الصحافة لم تعد محصورة في المعنى السياسي كما كانت من قبل ولكنها تعدت ذلك إلى المعنى الاقتصادي. فأصبحت تهدف إلى التحرر من الخضوع لرأس المال[1] وبعبارة أخرى– تهدف إلى التحرر من الأفراد القلائل الذين مكنتهم ظروفهم الاقتصادية من جمع رؤوس الأموال التي أصدروا بها الصحف. ولهذا السبب أصبح هؤلاء هم وحدهم أصحاب الحق الأول في وضع سياسة الصحيفة،

[1] عبد اللطيف حمزه. أزمة الضمير الصحفي. فصل بعنوان: معنى جديد لحرية الصحافة ص ٤٠– ٥٠.

وأصحاب الحق الأول في تحريرها وإخراجها بالشكل الذي يرضي الله عنهى نوازعهم، ويحقق مصالحهم. أما مصلحة الشعب فتأتي في الدرجة الثانية بعد ذلك.

هل هناك حرية صحافة:

نعم.. تغير مفهوم الحرية الصحفية من جيل إلى جيل، ومن نظرية إلى نظرية. ولكن– هل صحيح أن لحرية الصحافة والأعلام بوجه عام وجود ما في عالم الأمس وعالم اليوم؟

لقد أجبنا عن هذا السؤال في تضاعيف هذا الكتاب بالنفي التام. ونريد الآن أن نوضح بعض الأسباب التي بنينا عليها هذه الإجابة.

وستعرف من استعراضنا لهذه الأسباب أن حرية الإعلام– وإن كانت مفقودة بوجه عام– فإن فقدانها ليس معناه أن الإعلام لا يؤدي وظيفة في نقل الأخبار وتبادل الأفكار وتقدم البشرية وتنوير الرأي العام ونحو ذلك.

كلا– فإن الإعلام يقوم بكل هذه الوظائف.

ولكن لو لوحظ هذا الإعلام بحرية أوسع وسلطة أكبر لتقدمت الإنسانية أشواطًا أبعد من هذا الشوط، ولاقتراب الناس من السلام ومن المثل العليا بأكثر من هذا الحد.

ومع هذا وذاك فنحن لا نيأس من بلوغ اليوم الذي يحظى فيه الإعلام بحرية كاملة. ونحن نستند في ذلك إلى تقدم العقل البشري في العلم وفي الفن وفي عالم الأخلاق والمثل.

الأسباب التي تعوق حرية الإعلام

ونعود إلى بيان الأسباب التي تعوق من حرية الإعلام وتقف حجر عثرة في سبيله وهي كثيرة بطبيعة الحال نكتفي منها بالأسباب التالية:

أولًا– وجود اختلاف بين النظريات الإعلامية الأربع من حيث هي، وقد أشرنا

إلى هذه النظريات بإيجاز في هذا الكتاب، وشرحناها بإسهاب في كتاب آخر بعنوان (الإعلام له تاريخه ومذاهبه). وهذه النظريات الأربع هي:

نظرية السلطة، ونظرية الحرية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، والنظرية السوفيتية.

وبالرغم من وجود الاختلاف بين هذه النظريات، فإن ثلاثًا منها على الأقل لم تسمح بوجود الحرية الصحفية. وهذه النظريات الثلاث هي: نظرية السلطة، والنظرية السوفيتية، ثم نظرية المسؤولية الاجتماعية وواحدة فقط من هذه النظريات الإعلامية، وهي نظرية الحرية سمح بوجود هذه الحرية. ولكن هذه النظرية لم تصبح صالحة لكثير من شعوب العالم في الوقت الحاضر. بل أن هذه الشعوب تنظر إلى هذه الحرية على أنها نوع من الفوضى التي لا تساعد على بناء المجتمعات النامية بوجه خاص.

لقد كانت وما زالت– حجة القائلين بالنظريات الثلاث التي لم توافق على حرية الصحافة هي ضرورة المحافظة على النظام القائم– ويكفي ذلك لكي نجد المسؤولين عن المحافظة على هذا النظام يعمدون إلى تقيد الصحافة، ويضعون في عنقها الأغلال والسلاسل.

ثانيًا– تتمثل هذه الأغلال والسلاسل في شكل قوانين منظمة الصحافة وفي شكل رقابة تفرضي الله عنه على الصحف من الناحية السياسية والأيديولوجية. وهو أمر معروف في تاريخ الصحافة في جميع أنحاء العالم. ولا يحتاج منا إلى مزيد من الشرح.

ثالثًا– تحول الصحافة في العصر الحديث إلى صحافة تحتاج إلى استخدام الآلات الكثيرة في إصدار الصحيفة. وهي آلات معقدة ومرتفعة الثمن بحيث اصبح يستعصي على الأفراد القيام بإصدار الصحف، ومن ثم قامت بهذا العمل شركات رأسمالية في الدول التي تتبع النظام الحر. كما قامت بهذا العمل حكومات بذواتها في الدول التي تتبع النظام الشيوعي. وأما الدول التي تتبع النظام الاشتراكي المعتدل فإنها عهدت القيام بهذا العمل إلى ما يسمى "بالاتحاد الاشتراكي" في هذه الدول.

ومعنى ذلك أنه بسبب تحكم الرأسمالية في صناعة الصحف والإذاعة والسينما لجأ المذهب الشيوعي إلى (تأميم الصحافة). ولجأ المذهب الاشتراكي المعتدل إلى (تنظيم الصحافة)[1].

ومع أن هذا هو الحل السليم لمشكلة الخضوع لرأس المال من جانب الصحافة فإننا نجد أن حرية الصحافة انتقلت بهذا الحل من أيدي الرأسمالية إلى يد "الحزب الواحد" في الاتحاد السوفيتي، ويد (الاتحاد الاشتراكي) في الدول الاشتراكية المعتدلة. وما زال الكثيرون جدًا من المواطنين القادرين على التعبير عن آرائهم في جميع هذه الدول التي أشرنا إليها محرومين من هذا التعبير.

وإذا كان هذا صحيحًا بالقياس إلى الدول الشيوعية والدول الاشتراكية، وأنه أصح بالقياس إلى الدول الرأسمالية التي حصرت حرية الصحافة في أيدي أصحاب الصحف، أو أصحاب رؤوس الأموال التي اعتمدت عليها هذه الصحف.

وفقدان الحرية الصحفية بكل صورة من الصور المتقدمة يعود على المجتمعات نفسها بضرر كبير في الحقيقة. ذلك أن الصحافة الحرة تعتبر نوعًا من الاستفتاء النزيه للأمة. ذلك أن الصحف تستطيع دائمًا أن تعبر عن رغبات الجماهير واتجاهات الشعوب. ومن أقوال الإنجليز المشهورة في ذلك:

خير لنا أن نكون بدون برلمان، من أن نكون بدون حرية صحافة. والأفضل أن نحرم من المسؤولية الوزارية ومن الحرية الشخصية ومن حق التصويت على أن نحرم من حرية الصحافة. ذلك أنه يمكن لهذه الحرية وحدها– إن عاجلًا أو آجلًا– أن تعيد جميع الحريات الأخرى.

رابعًا– وجود صعوبات كثيرة أمام حرية الصحافة تخالف في طبيعتها الصعوبات التي تحدثنا عنها. وتكمن هذه الصعوبات الجديدة وراء القائمين على وسائل الإعلام على اختلافها.

---

[1] لمن أراد الاستزادة في هذا الموضوع أن يرجع إلى كتاب (أزمة الضمير الصحفي) للمؤلف

فلأغراض شخصية، وأخرى سياسية نجد أن كل وسيلة من وسائل الإعلام المعروفة لا تحاول أن توخي الحقيقة. ولكن تجمع في نشراتها الإخبارية بين الحقائق والأكاذيب وتخلط في ذلك بين الانحراف والنزاهة وتضلل القارئ أو السامع بهذه الطريقة ولا يكاد يبرأ من ذلك أي ضرب من ضروب الإعلام في أية جهة من جهات العالم الذي تعيش فيه. على أن هذه الموانع التي تمنع من حرية الإعلام أو الصحافة، إلى إذاعات مختلفة أو قراءة الصحف المتباينة. وهو يعتمد في ذلك على الفكرة التي تقول: أن الحقيقة دائمًا تقع في مكان وسط بين طرفين.

على أن هذه المواقع التي تمنع من حرية الإعلام أو الصحافة، وتضعف من وجودها قد تكمن كذلك في نفس السامع أو القارئ. فقد لا يكون عند أحدهما الاستعداد النفسي لفهم الأخبار كما ترد إليه من الصحافة أو الإذاعة. وقد لا يكون عندهما الاستعداد الذهني لفهم الكلمة التي تنقل بوساطتها الأخبار والأفكار. ومن ثم يهتم علماء الإعلام- كما سبق شرح ذلك في غضون هذا الكتاب- بمعاني الكلمات ومدلولات الألفاظ وقدرتها على الإيحاء. ولا ينجح الإعلام بأي شكل من أشكاله المعروفة مالم تبذل في سبيله العناية التامة بهذه القضايا. ومنها قضية الالتباس الذي توصف به بعض الكلمات. وكما يقع الالتباس في الكلمة يقع في الجملة ويقع في المضمون العام. وهنا يصبح القارئ أو السامع معذورًا في عدم قدرته على المتابعة. وهنا يفقد الإعلام قصده وضل طريقه، وتنعدم الحرية الإعلامية ذاتها وتحرم من تأدية وظيفتها.

خامسًا- من الأخطار المحدقة بحرية الإعلام- ولعله أخطرها- عدم انتشار التعليم وخاصة في الدول المتخلفة أو النامية. ذلك أن الجهل يعوق عن فهم الأخبار وتبادل الأفكار، وبذلك تمتنع على الجاهل أن ينتفع بها أو يعلق عليها أو يؤلف لنفسه رأيا فيها.

وتكون النتيجة انتشار (الأمية الإعلامية) في جميع الدول المتخلفة. والأمية

الإعلامية مرضي الله عنه من أمراض هذه الدول المتخلفة ينبغي لها التفكير في علاجه بطرق كثيرة، منها نشر التعليم والأخذ بأسباب الثقافة وتنوير الجماهير. وبدون ذلك لا تتمتع هذه الدول بالإعلام ولا بحرية الإعلام ولا تشارك في القضايا العامة التي تهم هذه الدول.

سادسًا– غلبة الدعاية على الإعلام إلى الحد الذي يمنع الإعلام من تأدية وظيفته فضلًا عن أنها تحرمه حرماتها تمامًا من ممارسة حريته.

أن الدعاية تبدو في كل زمان ومكان على وجه الأﷺ وكأنها أقوى من الإعلام، وأنها أكثر استهواء للناس، وأعمق تأثيرًا في عواطفهم. والناس في كل زمان ومكان يخضعون لحكومة العواطف أكثر من خضوعهم لحكومة المنطق والعقل، وهذا هو أحد الأسباب التي جعلت الغلبة للدعاية على الإعلام.

إن الدعاية الصهيونية تقف الآن حجر عثرة أمام الإعلام العربي، وتمنعه من ممارسة حريته في مكافحة الدعاية الصهيونية القوية في كل من أمريكا وأوروبا. ولولا هذه الدعاية لاستطاع الإعلام العربي أن يقف الأمريكيين والأوربيين على كثير من الحقائق التاريخية والسياسية التي يجهلونها عن قضية العرب.

إن صوت الإعلام العربي غير مسموع بتاتًا في بلاد كالولايات المتحدة الأمريكية وذلك باستثناء الجمعية العامة للأمم المتحدة ومع هذا وذاك فإن في وجود هذه المنظمة العالمية في نيويورك ما يسمح للدعاية الصهيونية بالتأثير في كل من القارة الأفريقية والقارة الآسيوية وذلك ما قد حدث بالفعل في الرابع من شهر يوليه (تموز) سنة **١٩٦٧** على مشروع الدول غير المنحازة الذي يقضي بانسحاب الجيوش الإسرائيلية بدون قيد أو شرط وذلك من جميع المناطق العربية التي احتلتها نتيجة للحرب الخاطفة التي وقعت بين العرب وإسرائيل بين الخامس من يونيه (حزيران) والحادي عشر من هذا والشهر سنة **١٩٦٧**.

سابعًا– ليست الدعاية فقط هي التي تمنع الإعلام من ممارسة حريته والقيام

بوظيفته. ولكن هناك عاملًا آخر يعتبر مسايرًا للدعاية في ذلك وهو (الإعلان).فكثيرا ما نرى الإعلانات تهدف إلى خداع الرأي العام وتشويه الحقائق.إن الإعلان يستطيع أن يعرقل سير الإعلام ويحرم حريته بمثل هذه الطرق:

أ- شغل مساحات كبيرة من الجريدة كان ينبغي أن تكون للإعلام ولكن الجريدة في هذه الحالة تقدم مصلحة المعلنين على مصلحة القراء. وبذلك تعد هذه الجريدة عن معنى النزاهة والاستقامة، وتعرضي الله عنه نفسها للخطر في النهاية.

ب- محاربة الآراء التقدمية والأفكار التقدمية عن طريق حرمان الجرائد التي تنشر هذه الآراء والأفكار من الإعلانات، وإيثار الجرائد الأخرى بهذه الإعلانات. وبذلك تسير الجرائد الحرة إلى الإفلاس. وتظل الجرائد غير المستقيمة لتحول دون تقديم الآراء السليمة والأفكار الصالحة للمجتمع.

إن مثل هذا السلوك من جانب أصحاب رؤوس الأموال من شأنه أن يعوق سير الحرية الإعلامية ويعتبر في الوقت نفسه اعتداء على حرية الرأي.

ثامنًا- وهذا الذي تصنعه الدعاية من جهة، ويصنعه الإعلان من جهة ثانية هو بعينه ما يحدث عن طريق ما يسمى في العالم الغربي باسم "التكتلات الصحفية". وهي عبارة عن مجموعات الصحف التي تنظم حلقاتها في سلسلة واحدة. وتشمل الواحدة منها عشرات من الجرائد والمجلات يملكها رجل واحد أو شركة واحدة. وفي استطاعة هذه التكتلات هي الأخرى أن تعوق حرية التعبير في البلاد التي تصدر فيها بحيث لاتدع مجالًا للأفراد والجماعات والهيئات لكي تفصح عن رأيها في مشكلة أو حادثة.

إن أصحاب هذه الكتل أو السلاسل الصحفية يضعون للصحف التي يملكونها خطة صحفية لابد من تطبيقها في كل صحيفة من صحف الكتلة. وبذلك يسدون الباب في وجه الملايين من المواطنين حتى لا يفكر أحدهم في إبداء رأي أو عرضي الله عنه اقتراح أو ترويج فكرة من الأفكار مهما كانت مفيدة للمجتمع.

وهكذا يبدو الخطر على حرية الصحافة من عدوها الأول والأخير. وتعني به

تحكم الرأسمالية في جميع مرافق الحياة في الدولة التي يشع فيها نظام الاحتكارات الإعلامية على هذا النحو وهكذا نرى الصحافة في أكثر أرجاء العالم مهددة بأخطار ثلاثة وهي:

أ- الضغط عليها من جانب الحكومات.

ب- التحكم فيها من جانب رأس المال.

ج- الانحرافات الخطيرة من جانب المحررين وهؤلاء المحررون قلما يبرئون من التحيز إما للحكام بغير حق، وإما لأصحاب رؤوس الأموال طمعًا في الإبقاء عليهم، ولكنهم بهذا وذاك كثيرًا ما يضحون بمصلحة الشعب.

(وبعد) فإن الأسئلة التي تقفز في أذهاننا دائمًا عندما نخوض في موضوع حرية الإعلام هي كما يلي:

هل الصحافة عمل مستقل عن الحكومة؟ وهل في استطاعة الصحف أن تستغني عن الأموال الضخمة اللازمة لإصدارها في عصر أصبحت فيه الصحافة صناعة من أعقد الصناعات؟

وهل نجحت النظم الاشتراكية في إيجاد حل لمثل هذه المشكلات التي نجمت من كون الصحافة أصبحت صناعة؟

وهل ظفرت الصحافة نفسها برجال على جانب كبير من متانة الأخلاق يسمح لهم بالتضحية بمصالحهم الخاصة في سبيل المصلحة العامة؟

وهل هناك أمل في أن تتخلص الصحافة يومًا ما من جميع هذه الآفات المهلكة؟

وهل استطاعت الاتفاقيات الدولية وآداب مهنة الصحافة أن تجد حلًا لجمع هذه المشكلات وعلاجًا لهذه الآفات؟

هل استطاعت أن تحارب الانحرافات الخلقية، وأن تحارب الرشوة الصحفية؟

وهل استطاعت الحكومات أن تفرضي الله عنه الرقابة الدقيقة على الدخول

الصحفية حتى تطمئن إلى أن الصحف لا تمد يدها إلى بعض الدول الأجنبية؟

لست أنكر أن الدول والشعوب أجهدها التفكير في جميع هذه المشكلات. وهداها التفكير إلى بعض الحلول المفيدة.

ولكن بقيت بعد ذلك مسألة في غاية الأهمية وهي أن النظام أو الدستور الصحفي شيء، وتطبيق هذا النظام أو الدستور شيء آخر.

من أجل ذلك نقول– ونصر على ما نقول– أن الصحافة لا ينبغي أن تترك لرجل جاهل قليل الحظ من العلم والثقافة. فإن الجاهل من الناس عاجز دائمًا عن إعطاء الآراء السليمة.

وحرية الصحافة لا ينبغي أن تعطى لأصحاب الأخلاق الفاسدة والنوايا السيئة والانحرافات الضارة. لأن هؤلاء أذا أعطوا هذه الحرية أساءوا استعمالها وتوسلوا بها إلى العبث بأعراض الناس ومصالحهم الحيوية، وإلى تهديد الناس في مقدراتهم ومكاسبهم وأرواحهم في النهاية.

من أجل ذلك تجد أن لكل أمة من الأمم صحافتها التي تستحقها. كما نجد أن الحرية الصحفية الحقيقة لا يمارسها إلا كتاب ومحررون ينتمون إلى أمم شريفة وقوية.

ملاحق البحث

الملحق الأول

مذكرة نقلت عن إدارة الإعلام بالأمانة العامة

لجامعة الدول العربية

النشاط الصهيوني في أفريقيا

(أولًا) عرضي الله عنه عام

بدأت إسرائيل خطتها للتسلل إلى شتى أقطار أفريقيا عقب مقررات. مؤتمر باندونج عام ١٩٥٥ الذي اعتبرته بمثابة ضربة سياسية من جانب العرب بعزلها عن الدول الأفرو آسيوية، فشرعت منذ ذلك الحين تؤيدها وتدفعها الصهيونية العالمية متحالفة مع الاستعمار الرأسمالي الغربي في الزحف إلى القارة الأفريقية ملتفة حول الحصار العربي كوسيلة انتقامية تكسر بها حدة هذا الحصار، وكانت خطة إسرائيل من الدهاء والإحكام بحيث شملت كافة مجالات الحياة وساعد في الإعداد لها وتنفيذها بنجاح التقاء أهداف بعض الدول الاستعمارية مع أهداف إسرائيل في محاولة السيطرة على بلدان أفريقيا الحديثة العهد بالاستقلال.

وقد وضعت الدول الاستعمارية بالاشتراك مع الصهيونية العالمية مخططًا يسهل من مهمة إسرائيل في التسلل إلى الدول النامية وهو على الوجه التالي:

١- تمويل الدول الغربية المخطط الاستعماري الصهيوني ليكون تحت تصرف إسرائيل رأس المال اللازم والسماح لأصحاب رؤوس الأموال وغيرهم بالاشتراك في هذا التمويل.

٢- إصدار الأوامر إلى البنوك الأوروبية والأمريكية لضمان القروض والمساعدات التي تقدمها إسرائيل إلى دول آسيا وأفريقيا.

٣- تقديم البنوك الأوروبية والأمريكية الأموال اللازمة لتمويل المشاريع الاقتصادية والشركات التي تقوم إسرائيل بإنشائها في الدول الآسيوية والأفريقية.

٤- مد إسرائيل بالخبراء والفنيين لإرسالهم مع الخبراء والفنيين الإسرائيليين إلى أقطار آسيا وأفريقيا.

٥- إنشاء مشاريع إنتاجية للبضائع اللازمة لدول آسيا وأفريقيا بإقامة هذه المشاريع في إسرائيل وفي البلاد الآسيوية والأفريقية ووضعها تحت إشراف إسرائيل.

٦- سعي الدول الاستعمارية إلى خلق علاقة بين زعماء الدول الآسيوية والأفريقية وبين إسرائيل.

وتتبع إسرائيل في تسللها إلى آسيا وأفريقيا مخططًا يشمل المراحل التالية:

أولًا- مرحلة الدراسة:

١- العمل في الميادين التي تملك إسرائيل فيها الإمكانيات والخبرة الفنية.

٢- التيقن سلفًا من جدوى فائدة أي مشروع تتقدم به إلى الدول التي تريد التسلل إليها.

٣ -التشدد والحطة في انتقاء خبرائها الوافدين إلى هذه الدول.

٤- زيادة التشدد وإظهار حسن النية وتشترط إسرائيل حضور ممثلين عن الدول المراد التسلل إليها لزيارتها ومشاهدة ما يلائمهم والتعرف على ما تتطلبه بلادهم.

ثانيًا- مرحلة الدعاية:

١- إيضاح أن التعاون مع دول آسيا وأفريقيا خال من أي مطمع استعماري.

٢- إبراز رحلة ملكة سبأ إلى بيت المقدس وتكريم الملك سليمان لها.

٣- التكلم باستمرار عن الآلام التي قاساها السود بسبب لون بشرتهم واليهود

بسبب دينهم.

٤- إظهار أن إسرائيل دولة صغيرة فقيرة في مواردها ولكنها حديثة في شأنها.

٥- إظهار العرب بمظهر المعتدي على اليهود كما اعتدوا في الماضي على السود أيام تجارة الرقيق.

٦- محاولة الإيقاع بين الـ ج. ع. م وبين الدول الصديقة لها في آسيا وأفريقيا.

ثالثًا- مرحلة التنفيذ العملي:

١- المبادرة بالاعتراف باستقلال الدول المستقلة حديثًا.

٢- تأسس علاقات دبلوماسية متينة مهما كلفها ذلك من نفقات معتمدة على مساعدات الدول المستعمرة لهذه البلاد.

٣- وضع المعونات الفنية والمالية ورؤوس الأموال تحت تصرفي تلك الدول.

٤- عقد الاتفاقيات الاقتصادية والثقافية مع تلك الدول.

وهناك عوامل أخرى تستخدمها إسرائيل لتسهيل مهمتها بشأن التسلل في الدول الأفريقية وذلك عن طريق:

١- المفكرين والطبقة المتعلمة ومدخل إسرائيل إليهم الاشتراكية والديمقراطية المزعومة في إسرائيل، وأبرز صورة لهذا المخطط عقد مؤتمر الاشتراكية الدولية في حيفا في يونيه عام ١٩٦٠، دعيت إليه دول من سيا وأفريقيا.

٢- العمال: ومدخلها إليهم الهستدروت والمزارع الجماعية وقد قامت الهستدروت باتصالات حديثة بالعمال والحركات العمالية والثقافية في أفريقيا كما أقامت في تل أبيب معهدًا دائمًا للدراسات العمالية النقابية والتعاونية، للطلاب من دول آسيا وأفريقيا.

ويقوم أعضاء الهستدروت بالسفر إلى الدول الأفريقية المستقلة حديثًا ويعرضي

الله عنهون عليهم النظم المتبعة في الهستدروت وكيف نجحت في تطوير إسرائيل وقد عينت الهستدروت في عام ١٩٥٩ ممثلًا دائمًا لها في غرب أفريقيا ويدعى "زفي هارمر".

٣- أجهزة الحكم ومدخلها إليها التدريب المهني والتنظيم الإداري.

٤- الجيش ومدخلها إليه بعثات التدريب العسكري.

٥- التجارة وتركز إسرائيل على وسائل المواصلات والنقل مثل الخطوط البحرية والجوية.

٦- التنمية وتركز إسرائيل على الاستثمارات التي تعود بالنفع على الصناعات الإسرائيلية، ونخص بالذكر الإسمنت والكيماويات.

رابعًا- عوامل أخرى مساعدة:

١- العملاء المعتمدون للصهيونية والاستعمار.

٢- المجلات والصحف اليهودية أو المؤيدة لإسرائيل.

٣- رشوة الأحزاب المعارضي الله عنهة لها.

٤- الجمعيات الماسونية.

٥- الجاليات والمنظمات اليهودية وما لها من جمعيات وهيئات.

المطبوعات:

يبلغ عدد الصحف اليهودية التي تصدر في أفريقيا باللغات المحلية المختلفة ٤٢ صحيفة ما بين يومية وأسبوعية ونصف شهرية.

الإذاعة الموجهة:

تخصص إسرائيل إذاعات موجهة إلى دول أفريقيا باللغات المحلية المختلفة لتبث دعاياتها السامة.

ولكي نلقي ضوءً كافيًا على نشاط إسرائيل في أفريقيا يجدر بنا أن نقسم هذا النشاط على الوجه التالي:

(أ) نشاط دبلوماسي.

(ب) نشاط تجاري ومالي.

(ج) نشاط ثقافي وفني.

(د) نشاط عسكري.

(أ) النشاط الدبلوماسي:

تسارع إسرائيل بإقامة علاقات دبلوماسية كاملة مع الدول الأفريقية التي تنال استقلالها، الأمر الذي يظهرها بمظهر الدولة المحبة لاستقلال تلك الدول العطوفة على حركات تحررها ويعقب ذلك عادة تقديم مساعدات شتى في صور متعددة. فالإسرائيل الآن ٢٦ سفارة وقنصلية في إفريقيا ويحرص المسؤولون في إسرائيل على القيام بجولات داخل الدول الأفريقية بصورة دورية كان آخر هذه الزيارات تلك التي قام بها "موشي ديان" وزير الزراعة الإسرائيلي السابق لدول غرب أفريقيا في نهاية عام ١٩٦٤ وزيارة جولدا مائير لدول شرق أفريقيا في نوفمبر من عام ١٩٦٤ ثم الزيارة الأخيرة التي قام بها اشكول رئيس وزراء إسرائيل في شهر يونيه عام ١٩٦٦ لسبع دول إفريقية هي:

أوغندا– ليبريا– ساحل العاج– مالا جاش– السنغال– الكونغو– ليوبولدفيل– وكينيا.

وتحرص إسرائيل دائمًا على دعوة واستضافة رؤساء الدول الأفريقية وبصفة خاصة رؤساء المجموعة الفرنسية وزعماء الأحزاب السياسية وكبار المسؤولين في نقابات العمال واتحادات النقابات الأخرى، وبصفة خاصة اتحادات الصحفيين وأفراد أجهزة الإعلام الأفريقية.

(ب) النشاط التجاري والمالي:

ويتمثل هذا النشاط في مظاهر عديدة ومتشعبة نورد منها في:

– **نيجيريا**: تقوم شركة سوليل بونيه الإسرائيلية بشق طريق طوله ٧٥٠ ميلًا في غرب نيجيريا كما تتولى مشروعًا لتعميم مياه الشرب في مئات من المناطق السكنية، وفي شرق نيجيريا أتمت نفس الشركة بناء جامعة شرق نيجيريا كما قامت ببناء فندق ومركز التوزيع المياه.

– **سيراليون**: أتمت الشركة السيراليونية الإسرائيلية للتعمير بناء القاعدة الرئيسية بمبنى المجلس النيابي كما أوفدت وزارة العمل الإسرائيلية أحد كبار المهندسين لإعداد دراسة تخططيه تمهيدًا لإعادة بناء وتخطيط العاصمة فريتاون.

– **مالي**: تقوم إسرائيل حاليًا ببناء عدد من المشروعات الصناعية، كما أعد أخيرًا برنامج للتعاون الاقتصادي بين البلدين.

- **السنغال**: تولى خبراء من إسرائيل وضع مشروع لإقامة مزارع نموذجية على نمط قرى الحدود الإسرائيلية (الكيبوتس) ويجري تنفيذ هذا المشروع حاليًا.

– **ساحل العاج**: قامت شركة "مايز إخوان الإسرائيلية" ببناء فندق في أبيدجان بناء على اتفاقية قرضي الله عنه وقعت لهذا الغرضي الله عنه.

- **الكونغو برازافيل**: تتولى شركة إسرائيلية تنفيذ مشروع ضخم لقطع أخشاب الغابات وتصنيعها بما يفي حاجة إسرائيل من الأخشاب ويتح لها فائضًا كبيرًا تصدره إلى الخارج

- **كينيا:** تتولى شركة بإسرائيلية بناء سلسلة من الوحدات التعاونية لصالح العمال والمزارعين وصيادي الأسماك وتعهدت حكومة إسرائيل بإدارة هذه الوحدات والاتفاق عليها لمدة عشرين عامًا تؤول خلالها نصف أسهمها إلى المواطنين الكينين.

كما توصلت الحكومة الإسرائيلية إلى اتفاق مع اتحاد تجار أفريقيا الشرقية يقضي

بمنحهم قروضًا طويلة الأجل يتم تسديدها في عشرين عامًا بفائدة ٥ % سنويًا وأهم ما يسترعي الأنظار في هذه الاتفاقية أنها تضمنت شروطًا تحظر على تجار أفريقيا الشرقية الداخلين في هذه الاتفاقية استيراد السلع من أية دولة أجنبية أخرى سوى إسرائيل وتولى شركة التجارة الخارجية والتموين التابعة لمؤسسة راسكو الإسرائيلية تنفيذ هذا الاتفاق الذي أمكن بواسطته مضاعفة صادرات إسرائيل إلى كينيا.

- **الحبشة**: أسفرت زيارة موشي ديان وزير الزراعة السابق الحبشة عام ١٩٦٠ عن اتفاقية مكنت للتغلغل الإسرائيلي في إريتريا، وكان من أهم بنودها استيلاء الشركات الإسرائيلية (إما عن طريق الشراء أو الامتياز مدى الحياة) على مساحات شاسعة من الأراضي الزراعية في إريتريا الإسلامية.

وسمحت حكومة الحبشة الإسرائيل بإرسال أسطول من قوارب الصيد الإسرائيلية يعمل حاليًا على سواحل إريتريا والمحيط الهندي ويستعمل ميناء مصوع مجانًا ودون دفع أية رسوم ومما يذكر أن معظم كمية الأسماك الوفيرة التي يستخرجها هذا الأسطول تذهب بانتظام إلى إسرائيل عن طريق ميناء إيلات حيث تدخل في صناعات تعليب الأسماك.

ومن مظاهر النفوذ الإسرائيلي الذي بدأ يطغى على الحياة الاقتصادية في الحبشة تلك الأعداد الكثيرة من الجزارين الإسرائيليين الذين أوفدتهم حكومة إسرائيل لذبح الماشية وفقًا للتقاليد الدينية اليهودية– وتمكنت إسرائيل عن طريق استغلال الثروة الحيوانية الضخمة الأرتيريا والحبشة تمكنت من ضمان تزويد المصانع الكبيرة التي أقامتها في إيلات وحيفا الغرضي الله عنه تصنيع اللحوم وتعليبها وإعادة تصديرها إلى شتى أقطار أفريقيا.

هذا وقد أشارت مجلة وست أفريكا البريطانية بتاريخ ١٥– ٥– ١٩٦٥ إلى أن البضائع الإسرائيلية ترسل عادة إلى الدول الأفريقية عن طريق بواخر ديزنجوف التي تمولها مؤسسة "زيم" للملاحة وقد أشرفت هذه الشركة على نقل المزيد من البضائع

الاستهلاكية الإسرائيلية والإسمنت إلى غرب أفريقيا.

وعددت المجلة أوجه النشاط المختلفة لمجموعة شركات "مايير" الإسرائيلية في كل من ليبريا وساحل العاج بالإضافة إلى أن شركة زيم للملاحة لازالت تشرف إداريا على بواخر شركة النجمة السوداء الغانية وأن لم تعد تشارك في التمويل- كما أن هناك أيضًا اتفاقيات مشتركة بين معمل تكرير البترول في حيفا ومعمل تكرير فريتاون (عاصمة سيراليون) لتبادل الخبراء.

(ج) النشاط الثقافي والفني:

من الأمثلة العديدة المظاهر النشاط الثقافي والفني الإسرائيلي في أفريقيا:

١- إن حكومة إسرائيل تمكنت خلال فترة قصيرة ١٩٦١- ١٩٦٤ من توقيع ٤٨ اتفاقية للصدقة والمعونة الفنية والثقافية مع ١٨ دولة افريقية منها بورندي (يناير ١٩٦٣) جمهورية أفريقيا الوسطى (ديسمبر ١٩٦٢)، الكاميرون (ديسمبر ١٩٦٢)، غانا (نوفمبر ١٩٦٢) ساحل العاج (ديسمبر ١٩٦٢) ليبريا (يناير ١٩٦٣) رواندا (ديسمبر ١٩٦٢)، توجو (فبراير ١٩٦٢) فولتنا العليا (أغسطس ١٩٦١).

وهذا خلاف ما تم توقيعه بعد عام ١٩٦٤ مع دول أفريقية أخرى مثل أوغندا وسيراليون وتنجانيقا وخاصة ما تم من اتفاقيات الصداقة والتعاون في المجالات المختلفة أثناء زيارة ليفي اشكول للدول الأفريقية السبع التي أشرنا البهاء.

٢- قررت إسرائيل الاشتراك في معرضي الله عنه الفن الزنجي الذي سيقام في داكار في سبتمبر عام ١٩٦٦ (١) وحجزت مساحة كبيرة لهذا الغرضي الله عنه كما قررت المساهمة في نفقات إقامة المعرضي الله عنه المذكور.

٣- وقعت أخيرًا اتفاقية بين مالي وإسرائيل أثر الزيارة التي قام بها وزير مالية مالي

(١) صدرت المذكرة قبل هذا التاريخ- المؤلف.

لإسرائيل في ١٧ سبتمبر عام ١٩٦٥، تعهدت حكومة إسرائيل بمقتضاها بإعداد وتدريب مجموعة كبيرة من الشباب المالي لإدارة وتسيير المؤسسات والمشروعات الصناعية المختلفة.

وثمة زيارة أخرى لإسرائيل قام بها السفير هامايابي ياه الزعيم الإسلامي ومدير إدارة العلاقات الثقافية في وزارة خارجية مالي حيث تخللت زيارته عدة محاضرات عن الدين الإسلامي ألقاها في الجامعة العبرية ثم لم ينه زيارته إلا بعد أن وقع اتفاقًا مع حكومة تل أبيب لإيفاد مجموعة من المعلمين الإسرائيليين للتدريس في المعاهد الثانوية في مالي.

٤- الزيارة التي قامت بها بعثة من فتيات المنظمة الصهيونية العالمية للنساء حيث قمن بقضاء عدة أيام في نيجيريا بدعوة من اتحادها النسائي ثم اتبعنها بزيارة غانا وليبريا وساحل العاج في ضيافة حكومة هذه البلدان.

٥- وقعت حكومة إسرائيل اتفاقًا مع رئيس جمهورية تنجانيقا أثناء الزيارة التي قام بها لتل أبيب في عام ١٩٦٤ تقضى بتزويد بلاده بـ ٥٠٠ طبيب إسرائيل تدفع حكومة تنجانيقا ربع مرتباتهم بينما تتحمل حكومة إسرائيل ثلاثة أرباع هذه المرتبات.

٦- إن حكومة إسرائيل يتبعها في الوقت الحاضر ٣٠٠ خبير يعملون في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي والثقافي والفني في الدول الأفريقية بينهم ٢٣ خبيرًا يتبعون أجهزة الأمم المتحدة ووكالاتها بينما يعمل الباقون في نطاق الاتفاقيات بين إسرائيل والحكومات الأفريقية.

هذا إلى جانب أكثر من ٢٠٠٠ طالب أفريقي يتلقون العلم الآن في المعاهد المختلفة يتركز أغلبهم في المعاهد الزراعية والتكنولوجية والمعهد الأفرو آسيوي الذي يشرف على نشاطه ويموله بعض المؤسسات الإسرائيلية التي لها مصالح خاصة في أفريقيا وعلى رأسها مؤسسة سوليل بونيه.

ويجدر بالذكر أن النشاط الإسرائيلي بوجه عام يبلغ ذروته بين دول المجموعة الفرنسية الأمر الذي يكشف عن تواطؤ واضح بين إسرائيل وفرنسا سبق أن تجلت ملامحه في سماحها للسفن وقوارب الصيد الإسرائيلية باستعمال مينائي جيبوتي (الصومال الفرنسي) وداكار (السنغال) كنقطتي انطلاق للنشاط الاقتصادي الإسرائيلي في شرق القارة وغربها[1].

(د) النشاط العسكري:

شرعت إسرائيل في القيام بدور عسكري خطير في مناطق متفرقة من القارة الأفريقية يتمثل في الاتي:

١- أرسلت وحدات عسكرية كاملة إلى الكونغو ليوبولدفيل وأنجولا سواء متخفين في ملابس الجند المرتزقة أو تحت ستار كونهم خبراء ومدربين عسكريين للوطنيين الأفريقيين.

٢- أنشأت إسرائيل ٢٧ مستعمرة في شرق أفريقيا (يتركز أغلبها في كينيا وتنجانيقا) على طراز مستعمرات الناحل الإسرائيلية لغرضي الله عنه تدريب الشباب الأفريقي على الزراعة والجندية في وقت واحد.

٣- أقامت إسرائيل قاعدة عسكرية في تشاد لتمارس منها الدور الذي تلعبه المستعمرات الإسرائيلية في شرق أفريقيا بالنسبة لمنطقتي غرب أفريقيا وشرقها.

٤- يشمل النشاط العسكري تلك الدعوات التي توجه لوزراء الدفاع الأفريقيين لزيارة المعاهد والمنشآت العسكرية الإسرائيلية وكان من أهم هذه الزيارات تلك التي قام بها وفد من الخبراء العسكريين الجمهورية توجو لغرضي الله عنه وضع خطة تشكيل قوة عسكرية لتوجو على غرار منظمة الناحال الإسرائيلية وكان من أهم الزيارات أيضًا تلك التي قام بها أحد كبار ضباط الجيش في مالي لدراسة

---

[1] كان هذا قبل أن يتجه الرئيس ديغول بسياسة فرنسا أخيرًا إلى جانب العدل وتأييد العرب وشجب العدوان الإسرائيلي- المؤلف.

نظام القرى المسلحة وحرس الحدود الإسرائيلي.

هذا وقد أوضح العقيد ناحمان كادني المسؤول عن إدارة المساعدات والعلاقات الخارجية في وزارة الدفاع الإسرائيلية المساعدات العسكرية التي تقدمها إسرائيل بوجه عام حيث ذكر أن نشاط إسرائيل العسكري يمتد إلى ٢٠ دولة ومعظمها في أفريقيا والدول الأخرى في أمريكا الجنوبية وآسيا– وأن إسرائيل تعمل بصفة خاصة في الدول الأفريقية التي تتحدث الفرنسية مثل ساحل العاج والسنغال وداهومي، وتوجو، والكاميرون وتشاد. وأهم الطرق التي تستخدمها في تقديم المساعدات هي تطبيق نظام الناحال أو كما يسمى في الدول الأفريقية "الخدمة الوطنية".

والواقع أن نشاط الناحال في الدول الأفريقية يمثل حسب احتياجات كل دولة وهدف إسرائيل كما يقول كادني أن يندمج رجل الناحال في المجتمع الأفريقي ويكون عنصرًا قياديًا يستطيع تحمل المسئوليات بفتح الطرق ومد خطوط السكة الحديد وإقامة السدود.

ويضيف كادني أن الأساس الذي تقوم عليه الخدمة الوطنية في الدول الأفريقية هو التطوع، ويقبل للخدمة الوطنية شباب تتراوح أعمارهم بين ١٦– ٤٠ عامًا ونحن نعمل ما في وسعنا لتجنب التصادم بين القبائل وزعاماتهم ويقول كادني أن الخدمة القومية استطاعت أن تزرع شعارًا صهيونيًا: ليس مهمة ماذا تستطيع أن تأخذه من الدولة. ولكن المهم ماذا تستطيع أن تقدمه لهذه الدولة.

ويتابع كادني قوله الذي نشرته صحيفة معاريف: ومنذ أن نشرنا فكرة الخدمة الوطنية في أفريقيا فإن ثلث الجهود الدفاعية للدول الأفريقية تذهب إلى مشروعات التنمية.

أما في إسرائيل فيقول كادني إننا نقوم بتدريب الإفريقيين في المجالات العسكرية المختلفة وبصفة خاصة تدريب المظليين من نيبال والكونغو.

وتحدث كادني عن نشاط الضابطات الإسرائيليات في أفريقيا وقال أنهن يشرفن

على مشروعين في أفريقيا:

المشروع الأول: في ساحل العاج ضمن الخدمة الوطنية وبقيادة الضابطة رينا فارثت ومعها أربع ضابطات شابات أقمن مدرسة للعاملات الاجتماعات في ساحل العاج لكن يعملن في القرى.

والمشروع الثاني: في النيجر وتقوم به ضابطة إسرائيلية واحدة هي الملازمة راحيل عارمون ويبلغ سنها ٢١ عامًا وهو الإشراف على نشاط البنات ضمن نطاق الخدمة الوطنية.

ويشير كادني في حديثه أن النشاط الذي تقوم به إسرائيل في أفريقيا يتركز أساسًا في وزارة الدفاع والجيش ووزارة الخارجية وبفضل التعاون بين هذه الجهات الثلاث استطاعت إسرائيل أن تثبت وجودها في أفريقيا.

هذا وقد نشرت مجلة (بمحنيه) الإسرائيلية في عددها الممتاز الذي صدر في ٦-٩-١٩٦٤ تقريرًا وضعه موشي ديان وزير الزراعة الإسرائيلي الذي استقال من منصبه أثر عودته من زيارته لبعض البلاد الأفريقية، وقد أوضح التقرير جانبًا من المشاكل التي تواجهها إسرائيل في إفريقيا ثم الفشل الذي هست به من تحقيق الفائدة المرجوة للأسباب التالية:

١- قلة عدد رجال البعثات الدبلوماسية الإسرائيلية وعدم خبرتهم في معاملة الأفريقيين.

٢- ظهور الخبراء الإسرائيليين الذين يعملون في هذه الدول بمظهر الكبرياء الأمر الذي يباعد بينهم وبين السكان فضلًا على أن الخبراء الإسرائيلي يرفض أن يأكل طعام المواطنين أو يجلس في مجالسهم أو يحترم عاداتهم.

٣- لم يساعد فتح خليج العقة على زيادة تذكر في التبادل التجاري بين إسرائيل وأفريقيا إذ لم يتعد حجم التبادل التجاري مع إفريقيا عام ١٩٦٣، ١% من حجم التبادل التجاري الإسرائيلي أن لم يكن أقل فقد قال ديان؛ صدرنا إلى

أفريقيا طول السنة بضائع بمبلغ ٧,٢ مليون ليرة– وقد وقعت فضائح مخزية في المجال التجاري لا بأس من ذكرها– فقد أنشأنا شركة خاصة تابعة للحكومة لإنشاء محلات تجارية في أقطار أفريقيا كما أن هناك شركة خاصة شبه رسمية هي شركة وديزنجوف، تقوم بالأعمال التجارية– والشركة الحكومية تبع في محلات تجارية في مدن أفريقيًا، أما شركة ديزنجوف فتقوم بأعمال الاستيراد والتصدير وتبلغ خسائر الشركتين أكثر من ١٥ مليون دولار– ضاعت كلها في تجارب ومحاولات تدل على عدم الخبرة وعلى الإهمال، فقد ملأت الشركة الحكومية (الدات) مستودعاتها ومتاجرها بالسلع والبضائع ثم ظهر أن هذه البضائع لا يشتريها أحد في أفريقيا فاضطرت إلى إتلافها، والغريب أن هذا يتكرر مرات كثيرة، أما شركة ديزنجوف فكانت تضطر إلى بيع البضائع التي تصدرها بأسعار أرخص كثيرًا من سعرها في إسرائيل لأنها تريد منافسة البضائع المصرية والأوروبية– كما أن الموظفين في الشركتين كانوا يعقدون صفقات لحسابهم الخاص وقد أحرز بعضهم بهذه الطرق أرباحًا كبيرة ورحلوا إلى أوربا ليقيموا هناك.

٤– ويقول ديان في تقريره أن النشاط المالي ليس له أي تأثير، فنحن دولة فقيرة نسبيًا ودول أفريقيا في حاجة إلى رؤوس أموال هائلة لاستثمارها ونحن نستعين برؤوس أموال يهودية من الخارج وهذا أمر مكشوف فضلًا عن أن نفس المستثمرين اليهود من سويسرا وغيرها يفضلون العمل باسم الدول التي يقيمون فيها.

٥– إن إسرائيل تبني الفنادق الضخمة التي يقيم فيها الأجانب ولا تهتم بمساعدة الأهالي على بناء مساكن مريحة لهم أو تحسين شبكة المواصلات وإيجاد وسائل نقل سريعة لنقل الإنتاج الزراعي.

٦– إن المستعمرات التي أقامتها إسرائيل في أفريقيا لتدريب الشباب الأفريقي تقوم بتدريبهم على الزراعة والجدية في حين أن الأفريقي مزارع وجندي بطبعته.

٧- إن الشاب الأفريقي الذي يقضي في إسرائيل ما بين ٣ و ٥ سنوات للتعلم والتدريب لا يفيد بلاده بعد العودة وذلك لبعد ما تعلمه عن الواقع الأفريقي.

ولعل تقرير موشي ديان رغم ما به من هجوم على النشاط الإسرائيلي يوضح ما تهدف إليه إسرائيل فعلًا من التسلط على أفريقيا ولهذا فإنها تضع الخطط لتثبت أقدامها في هذه المنطقة الهامة.

بعد ذلك تحدثت المذكرة التي أعدتها إدارة الإعلام بالأمانة العامة الجامعة الدول العربية عن تطور علاقات إسرائيل بعض البلدان الأفريقية وذلك في عشرين صفحة (فولسكاب).

ولأن العلاقات في ذاتها أسلوب من أساليب الإعلام والدعاية فإننا مضطرون إلى الإشارة العابرة إليها بدأت إسرائيل خطتها للتسلل إلى شتى أقطار أفريقيا الحديثة الاستقلال عقب مقررات مؤتمر (باندونج) عام ١٩٥٥ الذي اعتبرته بمثابة ضربة سياسية من جانب العرب وعزلها عن الدول الأفرو آسيوية. فشرعت إسرائيل منذ ذلك الحين بتأييد من الصهيونية العالمية متحالفة مع الرأسمالية الاستعمارية في الزحف إلى القارة الأفريقية ملتفة في ذلك حول الحصار العربي ليكون هذا الالتفاف وسيلة انتقامية من جانب إسرائيل تكسر بها من حدة هذا الحصار العربي. وكانت خطة إسرائيل في ذلك تهدف إلى السيطرة على بلدان أفريقيا الحديثة الاستقلال.

وبذلك بدأت علاقات إسرائيل بالدول الأفريقية الآتية: مالاجاش، وأوغندا، وكينيا، وليبيريا، والكونغو ليوبولدفيل، والسنغال، وساحل العاج، وجمهورية شاد، وسيراليون، وغانا، وداهومي.

وسلكت هذه العلاقات طرقًا شتى منها الزيارات الرسمية التي يعقبها في العادة معاهدات صداقة تؤدي إلى عقد اتفاقيات من شأنها أن تعمل على دعم مركز إسرائيل بين هذه الدول الأفريقية النامية بوجه عام. وتتم هذه الزيارات بين الوزراء الإسرائيليين ووزراء الدول الإفريقية ورؤسائها، كما تقوم إسرائيل بار سال مندوبها للاحتفالات القومية الرسمية لتلك الدول الحديثة الاستقلال. وهذا ما يظهر إسرائيل

بمظهر الدولة المحبة للاستقلال والتقدم والعطوفة على الحركات التحررية.

ومن ذلك اشتراك (جولدا مايير) في الاحتفالات بأعياد استقلال كينيا. وقد تبع ذلك تطور في العلاقات الاقتصادية والعمرانية والعسكرية بين البلدين.

كذلك كان من أهم هذه الزيارات زيارة (ليفي أشكول) رئيس وزراء إسرائيل لبعض البلدان الأفريقية في شهر يونيه (حزيران) سنة ١٩٦٦.

وهي الزيارة التي كان من شأنها زيادة العلاقات الاقتصادية والثقافية والعسكرية بين إسرائيل وتلك البلدان.

ويعقب تلك الزيارات في العادة تبادل التمثيل الدبلوماسي بين البلدين. كما يعقب أيضًا تصريحات بالرغبة في الاستفادة مما حققته إسرائيل في مختلف ميادين الأعمار والاستفادة من خبرة الأخصائيين الإسرائيليين.

ثم يأتي دور (الهسترود) في دعم النشاط الإسرائيلي هناك بقديم المنح والقروض والخبرة الفنية التي تمكنها من تطوير اقتصادياتها ورفع مستواها. فهناك تعاون اقتصادي وتجاري بتكوين شركات الملاحة، واتفاقيات لتسهيل التجارة وإنشاء الغرف التجارية. وبذلك استطاعت إسرائيل أن تفتح سوقًا لمنتجاتها، تحتكر تجارة أهم السلع هناك. كما تولى إسرائيل القيام بالمشروعات الاقتصادية الكبرى مثل مشروعات الجسور (الكباري) وحفر الآبار وإقامة الفنادق الكبرى والمباني الهامة وإقامة المزارع الجماعية ومعاهد الدراسة الزراعية.

وأما من ناحية التعاون الثقافي فتقدم إسرائيل للدول الأفريقية المنح الدراسية في الزراعة والصناعة والطب والمواصلات.

ويتدرب الطلاب هناك على بناء الطرق والفنادق والمطارات، ولإسرائيل الآن ٧٠٠ خبير موزعين على ٣٠ دولة في أفريقيا وآسيا. وهناك أكثر من ثلاثة آلاف طالب من إبناء هذه الدول يحصلون على تدريبهم العلمي والعملي في إسرائيل كل سنة.

أما في المجالات الطبية فتقيم إسرائيل المستشفيات لأمراض العيون والسل، وتزودها بأحدث المعدات، وذلك كله برئاسة أطباء إسرائيليين... كما تقوم باتفاقيات لإنشاء مصانع الأدوية في بعض البلدان.

وأما من ناحية التعاون العسكري فتقوم إسرائيل بتدريب الجنود في تلك البلدان الأفريقية وأعدادهم، وإنشاء مدارس المظلات، وإرسال الخبراء العسكريين، وأنشأ المطارات العسكرية. هذا فضلًا عن الاتفاقيات الخاصة بصفقات الأسلحة من صنع إسرائيل ذاتها.

ويسبق هذا النشاط المتعدد الجوانب دعاية واسعة ذات أساليب متنوعة منها: توزيع الكتب والنشرات، وعرضي الله عنه أفلام سينمائية عن كفاح إسرائيل وتقدمها الاقتصادي والاجتماعي، والتوسع في العلاقات الثقافية بينها وبين تلك البلدان. وهذا كله فضلًا عن الدعاية المعنوية التي تؤكد أن إسرائيل لم تأت لتحل محل القوى الاستعمارية القديمة في أفريقيا. بل جاءت لتكون المثال الحي القوة الإرادة للقارة الأفريقية بأسرها. وذلك لأن إسرائيل تواجه نفس المشكلات التي تعاني منها الدول الأفريقية من اضطهاد وسلب الحقوق. وأن نجاح إسرائيل في أفريقيا يعود إلى نجاح التجربة الإسرائيلية في ذاتها، كما يعود إلى الكفاءة التي أظهرتها في شتى المجالات.

ويمكن أن نلخص ما تقدم في أن النشاط الصهيوني في أفريقيا يعتمد أساسًا على المشاركة الإيجابية في مختلف أوجه النشاط السياسي والعسكري والثقافي والاقتصادي لتلك البلدان. وهذه المشاركة تعتمد أساسًا على العنصر البشري الإسرائيلي؛ بحيث إذا تخلف وجود هذا العصر أصبحت المعونة غير ذات موضوع. وهذه الخطة تشكل ضمانًا لنجاح إسرائيل في التأثير على سياسة تلك البلدان التحقق هدفها– وهو أن تفتح ثغرة في الجدار العربي المحيط بها.

ومن وسائل نجاح إسرائيل في هذه الخطة وقوف كثير من الدول الأفريقية بجانب إسرائيل في الأمم المتحدة– حتى تلك التي تتكون غالبية سكانها من المسلمين.

والخطوط التمهيدية التي يجب أن تعتمد عليها الدعوة العربية هي القيام بمسح شامل لظروفي كل دولة من الدول الأفريقية واحتياجاتها في المجالات المختلفة (اقتصادية وسياسية وثقافية واجتماعية) وترتيب أولويات لهذه الاحتياجات؛ سواء في المجالات التي سبقت إليها إسرائيل لمجابهتها فيها أو المجالات الجديدة التي هي أكثر قابلية للاستقلال من الناحية الدعائية.

وإذا ما تم هذا المسح أمكن على ضوئه تحديد ما تستطيع الدول العربية تقديمه من عون في صورة قروض أو استمارات مشتركة أو غيرها. وتخصيصه فيما يمكن أن يحقق أقصى فائدة ممكنة من أجل الدعوة العربية. ومن المبادئ الأساسية التي تنادي بها إسرائيل ذاتها في برنامجها للتعاون الدولي أن المعونة يجب أن تبني على أساس التبادل. وهي تعني بذلك إمكانية تحقيق فائدة لصالحها لا تقل قيمة عن المعونة ذاتها.

وفي الوقت الذي قد تستغرقه هذه الدراسة يمكن وضع برنامج قصير الأجل لتبادل الزيارات والبعثات بين الدول الأفريقية والبلدان العربية على مختلف المستويات الشعبية والرسمية، لتحقيق حد أدنى من التعريف المتبادل بين أبناء هذه الدول.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا التعريف المتبادل وخصوصًا على المستوى الشعبي كفيل بأن يخلق جوا من الثقة تفتقر إليه حالياً العلاقات العربية الأفريقية نتيجة للدعاية الصهيونية ولظروف كثيرة أخرى، واذا أمكن توفير هذه الثقة المتبادلة فإنها تكون الأساس لأي عمل مشترك يتخذ فيما بعد.

الملحق الثاني

مذكرة عن النشاط الصهيوني في أمريكا اللاتينية

نقلت عن إدارة الإعلام بالأمانة العامة لجامعة الدول العربية

اهتمت الصهيونية العالمية بدول أمريكا اللاتينية فأدخلتها في مخططاتها الخاصة بالدول النامية التي ترمي إلى تزويد هذه الدول بالخبراء والفنيين في كافة الميادين الاجتماعية والاقتصادية والزراعية والتعاونية وإصلاح الأراضي والري. وينتشر الخبراء الإسرائيليون في مختلف أجزاء هذه البلاد يزاولون في الظاهر مهمة التدريب بينما هم يقومون في الحقيقة بنشر الدعاية الصهيونية والإسرائيلية على نطاق واسع في الأوساط التي يعملون فيها بأسلوب دعائي مدروس يهدف إلى كسب ثقة وعطف هذه الدول. وهم يقولون أنهم لا يستطيعون تقديم مساعدات مادية نظرًا لأن بلادهم فقيرة يحيط بها الأعداء العرب من كل جهة يتربصون بها الدوائر، ولكنهم يقدمون ثمرة خبرتهم وتجربتهم. وإلى جانب الدور الخطير الذي يقوم به الخبراء والفنيون الإسرائيليون في الدعاية للصهيونية وإسرائيل فإن إسرائيل تفتح أبوابها للبعثات الدراسية والتدريبية من هذه الدول، فتقوم بتقديم عدد كبير من المنح الدراسية في مختلف الفروع سنويا لأبناء هذه البلدان. وتدفع إسرائيل– كما تقول جريدة دويش تزايتونج الالمانية– نحو ٨٠ مليون مارك سنويًا للمنح الدراسية والخبراء في الخارج لتحسين علاقاتها مع هذه الدول وتحطيم الحصار العربي القائم حولها. وهي تعمل جاهدة– عن طريق هذه المنح– على جعل الطلبة الذين يدرسون فيها بعد عودتهم إلى بلادهم طابورًا خامسًا يسبح بحمدها ويدافع عن مصالحها وينادي بالارتباط بها. وتشير الإحصائيات إلى أن عدد الخبراء الذين أوفدتهم إسرائيل إلى الخارج يبلغ ١٥٠٠ خبيرًا، كان نصيب أمريكا اللاتينية منهم ٧٢ خبيرًا. كما بلغ عدد المبعوثين إلى إسرائيل عن طريق المنح

الدراسية من دول آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية من عام ١٩٥٨ إلى عام ١٩٦٤ أكثر من ٥٠٠ طالب وطالبة. وقفز نصيب بلدان أمريكا اللاتينية من هذه المنح من ١٣ منحة عام ١٩٥٨ إلى ٢٨٩ منحة عام ١٩٦٣ وهو أمر يدل على اهتمام إسرائيل المتزايد بهذه المنطقة من العالم. وهناك مثال آخر يوضح اهتمام إسرائيل والصهيونية العالمية بأمريكا اللاتينية يكمن في قيام الصهيونية بعقد عدة مؤتمرات لها في هذه القارة التي يسكن فيها ما يقرب من مليون يهودي يعتنق غالبيتهم الصهيونية. ويضع هؤلاء اليهود أيديهم على مفاتيح الحياة الرئيسية في أكثر هذه البلاد وهم يمارسون نفوذهم من وراء الستار. وهم كشأنهم في سائر أنحاء العالم أقلية مكروهة ولكنها مرهوبة الجانب. ويسيطر اليهود على الصحافة وسائر وسائل الإعلام في معظم بلدان أمريكا اللاتينية كما أن لهم من يمثلهم في الأحزاب السياسية الرئيسية يجعلون لهم نفوذًا كبيرًا في الحكم القائم أيا كان الحزب الفائز.

هذا وقد بدأ تسرب اليهود إلى هذه الدول بصورة ملحوظة منذ عام ١٩٣٨ حينما اشتدت حملات النازية ضد يهود ألمانيا والنمسا ونجح عدد كبير من يهود أوربا بعد ذلك في الهجرة إلى أمريكا اللاتينية عندما فشلوا في الهجرة إلى الولايات المتحدة نتيجة للضغط الصهيوني الذي كان يرمي إلى استغلال مأساة عدم وجود ملجأ ليهود أوربا المضطهدين للدعوة لإنشاء إسرائيل واحتلال فلسطين.

وقد نشرت مجلة , فيد ستريم، الصهيونية في عدد صيف عام ١٩٦٠ مقالة طويلة بقلم " برنووايزر"، عن الجهود الحثيثة التي بذلتها الصهيونية في سبيل إنشاء رأس جسر لها في أمريكا اللاتينية والتسرب إلى مراكز النفوذ والقوة فيها للضغط عليها والتحكم في سياستها في اللحظة المناسبة. ويحكي وايزر كيف هاجر إلى أكوادور هربًا من النازية وكيف نجح بمعاونة قلة من اليهود كانوا يقيمون في أكوادور من قبل في التحكم في الرأي العام بين أهالي أكوادور وذلك بأن بدأ يحرر في أهم جريدة في المدينة التي كان يعيش فيها وتدرج في مناصب التحرير والنفوذ حتى استطاع أن ينشر تعقيبه اليومي في أهم جرائد أمريكا اللاتينية واستغل هذا المنصب في إعداد

الرأي العام اللاتيني للعطف على اليهود البؤساء المضطهدين!

وما إن وثقت الصهيونية من اشتداد سواعد عملائها حتى عملت على إنشاء Christian Pro , Palestine Committee التي كانت في الواقع تابعة للوكالة اليهودية في فلسطين ولكنها تحت ستار التعاون بين المسيحيين واليهود بنت فروعا لها بالاسم الجديد في جميع دول أمريكا اللاتينية واستغلت في برنامجها الدعائي الضخم عطف وسذاجة اللاتينيين فجسمت لهم فظاعة النازية التي قتلت ٦ ملايين يهودي بين رجل وطفل وامرأة وشردت مليون يهودي آخر لا يجدون مأوى وملجأ يضمهم سوى فلسطين واستغلت الصهيونية أيضاً أفكار العهد القديم في الإنجيل وحورتها وأسبغت عليها تفسيرات صهيونية خالصة حتى أصبح اللاتينيون يعتقدون أن إنشاء إسرائيل في فلسطين واجب ديني وإنساني في وقت واحد.

هذا وتقوم الدعاية الصهيونية بنشاط كبير في دول أمريكا اللاتينية يتمثل في الجهود التي بذلتها الجاليات اليهودية في هذا السيل الأمر الذي أدى إلى توثيق العلاقات بين دول هذه القارة وإسرائيل.

وتتركز الدعاية الصهيونية في هذه البلاد على ما يلي:

أ- النشاط الدبلوماسي الذي تقوم به الهيئات التمثيلية لإسرائيل وتمثل في المقابلات والاجتماعات السياسية والمؤتمرات الصحفية.

ب- إرسال الوفود المختلفة من إسرائيل إلى هذه الدول وكذلك قيام الشخصيات الإسرائيلية والصهيونية الهامة بزيارات الدول هذه القارة ومنها زيارة ناحوم جولد مان رئيس المنظمة الصهيونية العالمية وبنحاس سابير وجولدا مائير حيث كان يتم خلال هذه الزيارات الاتصال بالجاليات اليهودية وتسهيل السبل أمامها للقيام بالدعاية اللازمة وكذلك بذل عروض التبادل والمعونة الاقتصادية وهو ما يلقى استجابة كاملة من هذه الدول نظرًا لحاجتها إلى المعونة.

ج- استخدام الصحف والمجلات عن طريق التأثير المادي والأدبي على رجال

الصحافة والنشر.

د- عرضي الله عنه الأفلام الدعائية بأنواعها والأنبياء المصورة.

هـ- نشاط المنظمات الصهيونية التي تقوم في الوقت الحاضر بتدريس اللغة العبرية في عدد من مؤسساتها.

و- محاولة إبراز قيمة العوامل الروحية والمشاعر النفسية التي تربط دول أمريكا اللاتينية بإسرائيل.

ز- إن جميع دول أمريكا اللاتينية دول هجرة واستكشاف مثل إسرائيل.

ح- أن الشعوب اللاتينية لم تمتلك أراضيها الحالية خلال أجيال سالفة كما لم يتسع لها الوقت لتكوين وحدة عنصرية وثقافية خاصة وأن ذلك كان سببًا في تفهم تلك الدول العملية استيعاب إسرائيل للمهاجرين فهذه الشعوب لا تتعجب من أن أغلبية رعايا إسرائيل لم يكونوا جزءًا منها يوم إعلان استغلالها إذ ليس هذا بغريب عليها.

ومن ناحية أخرى تقوم المؤتمرات اليهودية التي تعقد في دول أمريكا اللاتينية على التوالي بالتوصية في قراراتها والتركيز في نفس الوقت الآتي:

أ- شرح قضية إسرائيل للرأي العام في أمريكا اللاتينية والحصول على تأييد وتعضيد حكوماتها.

ب- تجنيد الجاليات اليهودية ودعوتها للسفر لإسرائيل للقيام بواجبها الوطني.

ج- تنظيم وتنسيق الجاليات اليهودية وتشجيعها على التبرعات وتنظيم هجرة اليهود إليها.

د. مقاومة الحركات والدعايات المعادية للصهيونية وإسرائيل, أما عن نشاط إسرائيل بوجه خاص في أمريكا اللاتينية فيتلخص كما يلي:

أ- النشاط الثقافي:

ويقوم على الأسس التالية:

– إعطاء منح دراسية لحوالي ٣٠٠ طالب سنويًا في مختلف بلاد أمريكا اللاتينية وذلك بالاشتراك مع منظمة الدول الأمريكية التي تحمل مصروفات السفر.

– إرسال أساتذة متخصصين في الطب والهندسة والطبيعة النووية والكيمياء لإلقاء المحاضرات في الجامعات المختلفة. دعوة بعض أساتذة الجامعات ورجال الفكر والأدب لزيارة إسرائيل نشر المؤلفات الإسرائيلية باللغة الإسبانية في أمريكا اللاتينية.

– إقامة معارﷺ فنية وأخرى إنتاجية لعرضي الله عنه نواحي التقدم الفني والتطور الزراعي والصناعي في إسرائيل.

– نشر الثقافة واللغة العبرية وخاصة بين الجاليات اليهودية في أمريكا اللاتينية.

ولتنفيذ هذه البرامج أنشأت إسرائيل في فنزويلا المعهد الثقافي الفنزويلي الإسرائيلي ويقوم بنشاط ثقافي والاتحاد الإسرائيلي "لكاراكس" ويقوم بنشاط دعائي.

ب- النشاط التجاري:

قامت إسرائيل بمساعدة الجاليات اليهودية في بلاد أمريكا اللاتينية بدراسة إمكانيات هذه الأسواق لزيادة حجم التجارة الخارجية بين إسرائيل وأمريكا اللاتينية.

وقد أمكن لإسرائيل أن تتفق مع بعض بلاد أمريكا اللاتينية على أن تشتري إنتاجها من المواد الخام أو النصف مصنوعة لتقوم بتصنيعها في إسرائيل ثم تعيد تصديرها الجميع بلاد العام وأظهر مثلًا لذلك تجارة الماس بين فنزويلا وإسرائيل.

ولقد ساعد إسرائيل على نشر تجارتها في بلاد أمريكا اللاتينية سيطرة اليهود المحليين بدرجة كبيرة على عمليات الاستيراد والتوزيع في هذه البلاد.

وتبدي إسرائيل اهتمامًا خاصًا بسوق أمريكا اللاتينية لأن الاستثمار فيه يعطي أرباحًا عالية بالنسبة لجميع أسواق العالم لذلك فإن المبالغ التي تجمعها إسرائيل

والمنظمات الصهيونية سنويًا من أمريكا اللاتينية لا ترسل مباشرة إلى إسرائيل ولكنها تستثمر أولًا في أمريكا اللاتينية ثم تنقل بعد ذلك مع أرباحها إلى إسرائيل.

وعلى الرغم من أن هذه العملية في حقيقتها عملية امتصاص دماء الشعوب اللاتينية إلا أن كثيرين من المسؤولين في أمريكا اللاتينية يعتقدون أن هذه الاستمارات تشارك في بناء اقتصاديات بلاد أمريكا اللاتينية.

وتقدم إسرائيل عروضًا مختلفة لإنشاء شركات ملاحة مشتركة تتعهد إسرائيل بدفع كل النفقات اللازمة لبناء المراكب على أن يدفع نصيب المستحق على الجانب اللاتيني من أجور نقل تجارته الخارجية على هذه المراكب، وتحقيق هذه الفكرة يؤدي إلى احتكار إسرائيل لجزء كبير من عمليات نقل التجارة الخارجية لهذه البلاد.

ج- المعونات الفنية والاقتصادية:

تهتم إسرائيل بدراسة الاحتياجات الفنية الدول أمريكا اللاتينية وتعرضي الله عنه مدها بالخبراء الإسرائيليين بدون مقابل، وقد نجحت إسرائيل عن هذا الطريق في التغلغل في الأجهزة الفنية في أمريكا اللاتينية.

وبموجب هذه السياسة فقد ذكرت صحيفة يديعوت إرحرنوت الإسرائيلية بتاريخ ١١/ ١١ سنة ١٩٦٥ أنه تم توقيع اتفاق معونة فنية بين إسرائيل وبين دول أمريكا اللاتينية من أجل التنمية الزراعية وقد وقع الاتفاق عن الجانب الإسرائيلي سفير إسرائيل في واشنطن وعن دول أمريكا اللاتينية السكرتير العام لمنظمة الدول الأمريكية وقالت الصحيفة أنه ذا الاتفاق ينص على أن توفد إسرائيل عشرة من خبرائها الزراعيين الإسرائيليين إلى أمريكا الجنوبية لمساعدة أقطارها في تحسين الزراعة القروية التعاونية هذا وأشارت الصحيفة في نفس الوقت إلى أن الخبراء الإسرائيليين الذين تم إرسالهم إلى هذه الدول سوف ينقسمون إلى ثلاثة أقسام، قسم يكون مركزه شيلي ويعمل في الأرجنتين والثاني بيرو ويعمل في أكوادور والثالث يتجول في جميع أقطار أمريكا اللاتينية هذا وقد خصص الاتحاد الأمريكي في ذلك الوقت ٢٠٠ ألف

دولار للاتفاق على المرحلة الأولى ومدتها سنة.

ومن جانب آخر يوجد في فنزويلا خبراء من إسرائيل في زراعة القطن والري والكيمياء وتهتم الجالية الإسرائيلية بالمشاركة في بناء الصناعات الجديدة وعن طريق الحماية الجمركية المقررة لهذه الصناعات تمكن هذه الصناعات من احتكار السوق المحلية وفرضي الله عنه الأسعار التي تمكنها من تحقيق أرباح عالية.

د- الصحافة الصهيونية في دول أمريكا اللاتينية:

يبلغ عدد الصحف اليهودية التي تصدر في أمريكا اللاتينية والوسطى ١٢٣ صحيفة كما أن الصحف اليهودية التي تصدر بالإسبانية والبرتغالية، وهما اللغتان السائدتان في دول أمريكا اللاتينية ٥٥ صحفة. هذا وتقف الصحف الكبرى في معظم دول أمريكا اللاتينية بوجه عام موقفًا مغرضي الله عنها من كافة القضايا العربية، مدفوعة بالدعاية المضللة التي تروجها الصهيونية، والتي يساندها فيها بعض الحكام الرجعيين في هذه البلدان الذين يشعرون بالاستياء من مناصرة العرب لكافة الحركات التقدمية ومساندتهم لمعارك النضال والتحرير ضد النفوذ الاستعماري.

وأوردت الذكرة قوائم بإعداد الصحف اليومية والأسبوعية والشهرية الكثيرة التي تسبح بحمد إسرائيل: في كل من الأرجنتين وبوليفيا والبرازيل وشيلي وكولومبيا وكوبا وغيانا الهولندية ومكسيكو وبيرو وأرغواي وفنزويلا.

ولعل الغرضي الله عنه من تركيز إسرائيل نشاطها على دول أمريكا اللاتينية أنها تستهدف:

١- غزو هذه القارة البكر الجديدة التي لم يكن لهم فيها نشاط مرموق قبل ذلك.

٢- مقاومة أو إسكات الجاليات العربية التي يزداد نشاطها وتغلغلها في الحياة العامة في هذه الدول بحيث لو تم تكتيلهم وتنظيمهم لأصبحوا خطرًا على النفوذ الصهيوني.

البرازيل

يبلغ تعداد الجالية اليهودية في البرازيل نحو ١٥٠ ألف شخص يتمتعون بعطف الدوائر الرسمية ولهم نفوذ واسع على وسائل الإعلام نظرة لسيطرتهم على النواحي الاقتصادية وتحكمهم في عمليات الاستيراد والتوزيع. وتبذل المنظمات الصهيونية جهدها لربط اليهود المقيمين في البرازيل بإسرائيل ومساعدتها ماديًا ومعنويًا على أساس اعتبارها المركز الروحي لليهودية في العالم. كما يوجد في البرازيل عدد من المعاهد التي تدرس فيها العبرية وآدابها وتعاليم الديانة اليهودية. وهناك عدة اتفاقيات للتعاون التجاري والثقافي والفني بين البرازيل وإسرائيل.

وكانت الدعاية الصهيونية في البرازيل مع الأسلوب المباشر، وهو أسلوب الهجوم المباشر على البلاد العربية منفردة ومجتمعة في محاولة لإظهارها بمظهر البؤس والتأخر والفوضى. وقد منيت بفشل ذريع في هذا المضمار بفضل الموقف الموحد الذي وقفته السفارات العربية في مواجهتها بالتعاون مع مكتب الجامعة هناك. فانتقلت بعد ذلك إلى الأسلوب غير المباشر بإبراز منجزات إسرائيل وفضائلها والفائدة التي تعود على الذين يتعاونون منها وبالعمل على التقرب أكثر فأكثر من البرازيل وسائر دول أمريكا اللاتينية عن طريق تقديم المساعدات الفنية وتبادل الزيارات الرسمية والشعبية معها.

واستطاعت الصهيونية التغلغل في الأحزاب السياسية والبرازيلية، فكان أن بعث مرشح حزب العمال الانتخابات الرئاسة الأخيرة نيجوا أودى ليميا الذي كان يحظى كذلك بتأييد الحزب الاجتماعي البرازيلي برسالة تهنئة حارة إلى اليهود بمناسبة العام اليهودي الجديد، كما قام شخصيًا بزيارة الحاخامات اليهود للتحية والتهنئة بطريقة يشتم منها محاولة شراء أصواتهم. كذلك قبل رئيس الجمهورية المارشال كاستلو برانكور الدعوة التي وجهتها إسرائيل إليه لزيارتها.

وكان من أهم مظاهر اهتمامها بالبرازيل التي تشغل وحدها نصف مساحة قارة أمريكا اللاتينية أن عقدت في عاصمتها سان باولو مؤتمرًا كبيرًا المجالات اليهودية في

أمريكا اللاتينية في أكتوبر ١٩٩٢ اشترك فيه ١٧٢ مندوبًا عن الهيئات الصهيونية التي تمثل عشرة بلدان برئاسة رئيس المنظمة الصهيونية العالمية ناحوم جولدمان، وقد وجه رئيس الجمهورية البرازيلية حينذاك رسالة تهنئة إلى المؤتمر أثنى فيها على الجهود التي تقوم بها الطوائف اليهودية لتحقيق التقدم في البرازيل وتمنى للمؤتمر النجاح. وكان الهدف الظاهر لهذا المؤتمر هو بحث حالة اليهود في العالم عامة وفي القارة الأمريكية خاصة ودراسة المشاكل الناشئة عن عودة ظهور حركة العداء للسامية.

وقد أصدر المؤتمر عدة مبادئ وتوصيات أهمها الإيمان بالمثل والنظم الديمقراطية التي تعبر عن أعمق ما في الروح اليهودية والإعراب عن القلق من عودة ظهور حركة العداء للسامية واستعداد اليهود للعمل ضد هذه الحركات والإعلان عن حق اليهود في المحافظة ضمن الدول التي يقيمون بها على خصائصهم الجنسية وحقهم في مقاومة الضغط الذي يبذل لصهرهم في المجتمعات التي يقيمون بها ومناشدة جميع شعوب العالم التعاون للقضاء على التفرقة العنصرية والدينية. والذي يستلفت النظر هو التوصية الأخيرة الخاصة بالقضاء على التفرقة العنصرية والدينية لأن هذه التفرقة هي الأساس الذي قامت عليه دولة إسرائيل حيث يمارس التمييز العنصري ليس فقط بين اليهود واتباع الديانات الأخرى وإنما كذلك بين اليهود الشرقيين واليهود الغربيين إلى حد تحريم زواج اليهود الهنود باليهوديات الغربيات.

الأرجنتين

يرجع وجود اليهود في الأرجنتين إلى عام ١٩٥٢ منذ بدأت هجرتهم إليها من دول أوربا الغربية وشمال أفريقيا. يبلغ عددهم الآن نحو نصف مليون شخص تتركز غالبيتهم في العاصمة بيونس آيرس حيث يصل تعداد الجالية اليهودية فيها إلى ما يقرب من ٣٠٠ ألف شخص. وقد قام اليهود منذ ذلك الحين بتنظيم صفوفهم على هيئة خلايا طبقًا للتنظيم الهرمي تحت إشراف المنظمة الصهيونية العالمية وفرعها بالأرجنتين. وقد ازداد نشاط إسرائيل بصورة واضحة في الأرجنتين منذ الاعتداء

الثلاثي على مصر وبدأت تقوم بحملة واسعة لجميع التبرعات.

ومن الجدير بالذكر أن يهود الأرجنتين لا يخضعون خضوعًا تامًا للصهيونية ولذلك فانهم لا يميلون إلى الهجرة إلى إسرائيل ولا يقدمون إليها مساعدات شخصية وفضلًا عن ذلك فإن الشعب الأرجنتيني كاثوليكي متعصب، ومن ثم فليس من الممكن لليهود السيطرة على الحكومة الأرجنتينية أو المراكز السياسية الهامة فيها. لهذا فإن تغلغل الصهيونية في الأرجنتين يقتصر إلى حد كبير على السيطرة على اقتصاديات البلاد. ومع هذا فإنه يوجد بالأرجنتين حوالي ١٢٠ هيئة يهودية تعمل تحت إشراف المنظمة الإسرائيلية (الدايا) ويعتبر السفير الإسرائيلي هناك الرئيس الفعلي لهذه– المنظمة.

ومن أبرز هذه الهيئات جمعية (مس بريث) ومنظمة (ماجن دفا فيدآ دوم) ومنظمة الشباب التابعة لها ومعهد التبادل الثقافي الأرجنتيني الإسرائيلي ومعهد النساء اليهوديات الأرجنتينيات والجمعية الخيرية الإسرائيلية الأرجنتينية والجمعية العبرية الأرجنتينية ومعهد التبادل الإعلامي الأرجنتيني الإسرائيلي والاتحاد الصهيوني الأرجنتيني الحر والمجلس الفردي المركزي بالأرجنتين ومنظمة مكابي العبرية الأرجنتينية.

وتعتمد الدعاية الصهيونية في الأرجنتين أساسًا على تبادل الزيارات وتعليم اللغة العبرية وآدابها واستغلال وسائل الإعلام المختلفة، فتقوم شخصيات إسرائيلية كبيرة بين وقت وآخر بزيارة الأرجنتين لتوضيح وجهة النظر الصهيونية، وخاصة تجاه مشكلة مرور السفن الإسرائيلية في قناة السويس وللعمل على عقد اتفاقيات ثقافية واقتصادية مع تلك الدولة من نتائجها تخصيص المنح الدراسية السنوية. وتوجيه الدعوات إلى الصحف وأعضاء الحكومة الزيارة إسرائيل، ويقوم ممثلو إسرائيل بجهد دعائي واضح عن طريق الخطابة والمؤتمرات الصحفية، بالإضافة إلى جهود الجالية اليهودية في تلك البلاد. وقد ساعد على ذلك سيطرتهم على وسائل الإعلام، وتدخل شركات الاحتكار الأمريكية عن طريق رؤساء مجالس الإدارة اليهود في فرضي الله عنه القوانين التي تستفيد منها إسرائيل، وسيطرة يهود الأرجنتين على المصارف والمناصب

الكبرى بالوزارات والمرافق العامة مما دعا إذاعة الأرجنتين إلى أن توجه برنامجًا خاصًا إلى إسرائيل. كما أن السفارة الإسرائيلية في الأرجنتين تستأجر ساعة زمنية في القناة رقم ٧ في التليفزيون تعرضي الله عنه خلالها بعض الأفلام عن إسرائيل، وتبعث من آن لآخر بالفرق الغنائية والموسيقية لعرضي الله عنه فنونها على هذه القناة وتعتمد السفارة أن تظهر شارة إسرائيل خلال هذه البرامج.

وتتركز الدعاية الصهيونية في الأرجنتين على النقاط التالية:

– إظهار إسرائيل في صورة الدولة المحبة للسلام المستعدة للتفاوض مع العرب (وهو نفس المخطط الذي تسير عليه مع دول آسيا وأفريقيا).

– مهاجمة الجمهورية العربية المتحدة وتصويرها بالدولة المعتدية التي تهدف إلى السيطرة على جيرانها من الدول العربية.

– استمالة المسيحيين من العرب المغتربين في الأرجنتين عن طريق إظهار إسرائيل بمظهر الدولة التي لا تفرق بين الأديان والتي تشجع على بناء الكنائس.

– اتهام الجمهورية العربية المتحدة بالتعصب للإسلام وعدم تجاوبها مع الأديان الأخرى.

– بيان تقدم إسرائيل في الميدان الاقتصادي والعملي والصحي ودعوة الأرجنتين إلى الاستفادة من خبرة إسرائيل في النواحي الزراعية حيث أن سكان إسرائيل قد وصلوا إلى مرتبة عالية في هذه النواحي.

– إبداء الاستعداد لحل مشكلة اللاجئين واتهام العرب باتخاذ هذه المشكلة سلاحًا ضد إسرائيل.

– الربط بين المشاكل العمالية في إسرائيل ومثيلاتها في دول أمريكا اللاتينية.

كذلك فإننا نجد أن المكتبات الأرجنتينية مليئة بالكتب المختلفة عن إسرائيل وتعرضي الله عنه دور العرضي الله عنه في الأرجنتين الكثير من الأفلام الإسرائيلية.

ومن أمثلة النشاط الصهيوني في الأرجنتين ما يلي بيانه:

- سافر وفد يتكون من ٤٨ عضوًا من اتحاد نوادي المدارس العبرية إلى إسرائيل الحضور الدورة الثقافية التي يقيمها معهد (بست بيري) في إسرائيل ويشرف عليها قسم الثقافة والتعليم بالوكالة الدولية.
- عقد اجتماع بالمنظمة الصهيونية الأرجنتينية للوفد الذي حضر الدورة السابقة للجنة العمل الصهيوني التي عقدت بإسرائيل وقد حضر الاجتماع جاكوب بركوفيش عضو منظمة أمريكا اللاتينية بإسرائيل والذي زاد الأرجنتين وقد صرح رئيس المنظمة حايم فلكستين بأن الهجرة إلى إسرائيل والانصهار بمجتمعها من صميم أعمال لجنة العمل الصهيوني واقترح تكوين مجلس استشاري للجنة خاصة بشئون أمريكا اللاتينية على غرار مجلس المؤتمر اليهودي الأمريكي.
- عقدت مؤخرًا الدورة الثالثة للمشرفين على منظمات الشباب اليهودي وقد اشترك فيها قسم الشباب بمنظمة الجالية اليهودية واتحاد الشباب اليهودي الأرجنتيني ومدارس التعليم الفني. وبلغ عدد المشتركين في هذه الدورة ٨٠ ممثلا للمنظمات المختلفة للشباب وفي ختام الدورة القى الملحق الثقافي الإسرائيلي كلمة أشار فيها إلى أهمية القيم اليهودية للشباب.
- أنشأت الجالية اليهودية بالأرجنتين مكاتب للزواج بين اليهود كإحدى المحاولات التي تقوم بها المنظمات الصهيونية لمحاربة الزواج المختلط والمحافظة على الكيان اليهودي وعدم الانصهار في المجتمعات التي يعيشون بها وقد بدأت الصحافة الأرجنتينية اليهودية في نشر الإعلانات لهذه المكاتب بصفة مستمرة.
- في أحد اجتماعات المجلس التنفيذي للوكالة اليهودية الدولية تم التوصل إلى شبه اتفاق على إنشاء فرعين للوكالة اليهودية الدولية، أحدهما بأوروبا ويكون مقره جنف أو باريس والثاني بأمريكا اللاتينية ويكون مقره بيونس آيرس.
- أقامت الجمعية العبرية الأرجنتينية حفلة تذكارية للناشر اليهودي مانويل جليزر

الذي توفي أخيرًا، حضرها عدد كبير من الكتاب والأدباء الأرجنتين الذين القوا كلمات بهذه المناسبة. وأقامت حفلة أخرى تكريمًا لذكرى الكاتب اليهودي شوليم عالوخيم عرضي الله عنهت فيها مقتطفات من مسرحية "عالم شوليم عالوخيم".

- أقامت منظمة مكابي العبرية الأرجنتينية الرياضية في ٨-٧-١٩٦٦ احتفالًا فولكلوريًا أرجنتينيًا إسرائيليًا بمناسبة الاحتفال بالذكرى المئة والخمسين لإعلان استقلال الأرجنتين. واحتفلت بهذه المناسبة أيضًا ووفد المنظمات الإسرائيلية الأرجنتينية وأهدت عشر مدارس ريفية للحكومة الأرجنتينية.
- تقوم المنظمات التعاونية النقدية، التي تنتمي إلى الحزب الشيوعي والمنظمات الصهيونية، بتهريب الأموال إلى الخارج، وخاصة إلى إسرائيل والولايات المتحدة الأمريكية، وقد اعتقلت السلطات الأرجنتينية في بيونس آيرس وروساريو بعض المسؤولين عن معهد استثمار رؤوس أموال المنظمات التعاونية بتهمة تهريب الأموال. ولجأ البعض إلى استغلال وجود يهود بين المعتقلين باتهام السلطات القائمة بالنازية واللاسامية وشن الحملات عليها في الداخل والخارج.
- يصدر فرع الأرجنتين لمعهد وايزمان مجلة باسم "العلوم في إسرائيل".

المكسيك

يوجد في المكسيك مجتمع يهودي قوي يتكون من يهود أوربا الشرقية واليهود الألمان الذين يحصلون على مساعدة من اليهود في الولايات المتحدة الأمريكية.

ويبلغ تعداد الجالية اليهودية بالمكسيك حوالي ٣٠ ألف يهودي كما يوجد بالمكسيك جمعية جبل سيناء وهي جمعية يهودية تفرع مها عدة جمعيات ومؤسسات اجتماعية خيرية وثقافية.

ويمثل الجالية اليهودية بالمكسيك لجنة تسمى اللجنة الإسرائيلية المركزية، وتعترف الحكومة بهذه اللجنة التي تفرع منها لجان فرعية هي الجنة الشباب ولجنة الثقافة ولجنة

صندوق كاساك الذي يختص بمنح الجوائز لمؤلفي الكتب المتعلقة بمواضيع يهودية.

ويتركز النشاط الصهيوني في المكسيك حول دعوة الكثير من رجال الصحافة والإذاعة والتليفزيون في المكسيك لزيارة إسرائيل بانتظام.

ويوجد تمثيل دبلوماسي بين إسرائيل والمكسيك وتبادل الوفود الإسرائيلية والمكسيكية الزيارات فقد قام ابا ايبان بزيارة للمكسيك في شهر أكتوبر سنة ١٩٦٤ وأشاد بتقدم المكسيك تكنولوجيا اذا قورنت بدول أمريكا اللاتينية وآسيا وأفريقيا.

وصرح المستشار التجاري الإسرائيلي في المكسيك أن إسرائيل والمكسيك ستقومان بإنتاج مشترك في مجال الصناعات الكهربائية وقطع غيار السيارات وقال أن هذا الإنتاج المشترك يرجع إلى التشابه الكبير في البرامج الصناعية في كلا البلدين.

ويتركز النشاط اليهودي في أجهزة الإعلام في المكسيك حول توطيد علاقات الصداقة وإغداق المال والهدايا والدعوات الزيارة إسرائيل موجهة إلى الصحفيين وخاصة صحيفة اكللسيور ومجلة التيمبو وامتد أثره أيضًا إلى المعلقين بمحطات الراديو والتليفزيون.

وبالإضافة إلى ذلك تصدر الجالية اليهودية في المكسيك عدة صحف أهمها صحيفة الطريق وصحيفة الصوت وجريدة لابرنسا إسرائيليتا.

شيلي

يقيم في شيلي حوالي ٧٥٠٠ يهودي ألماني بالإضافة إلى عدد من يهود روسيا وبولندة ورغم ذلك فان نفوذهم محدود إذ يقيم فيها عدد كبير من الألمان الذين يمجدون الإمبراطورية الألمانية وينظرون إلى اليهود على أنهم السبب في تدهور ألمانيا وكذلك يقيم بها عرب كثيرون ولذلك فأن اليهود في شيلي يواجهون العرب والأمان الذين يسعون لهم كثيرًا من المتاعب.

وتتركز الدعاية الصهيونية في شيلي في النقاط الآتية:

١- الوفود الإسرائيلية التي تصل إلى سانتياغو بنسبة كبيرة وكان آخرها زيارة وزير الزراعة الإسرائيلي الشيلي الذي قام بمشاهدة محطة التجارب الزراعة، وكذلك محطة فيكتور للقوى النيتروجينية وبعض المشاريع الإصلاحية ومشاريع الري.

٢- الوفود الشيلية التي تدعي لزيارة إسرائيل.

٣- العلاقات الثقافية، إذ توجد بين البلدين اتفاقية ثقافية، كما أن المنظمات الصهيونية تقوم بتدريس اللغة العبرية في عدد من مؤسساتها ونشر الكتب والمجلات التي تقوم بالدعاية الإسرائيل.

٤- الدعاية السينمائية التي تستغلها إسرائيل عن طرقها الثلاث: الفيلم لدعائي القصير، والفيلم التجاري، والأنباء المصورة.

٥- الجاليات اليهودية التي تقوم بالدعاية لإسرائيل وجباية الأموال لها في كل مناسبة.

٦- الصحف والإذاعات التي تستغلها إسرائيل عن طريق البرامج الإذاعية التي تنظمها أو عن طريق استغلال الصحفيين والإذاعيين وكثيرًا ما تدعو إسرائيل الصحفيين لزيارتها كما تقدم.

بيرو

بيرو دولة غنية مسالمة خاضعة لنفوذ الولايات المتحدة. يوجد بها مجتمع يهودي قوي يتألف من يهود أوربا الشرقية لديهم فرقة عسكرية صهيونية مدربة تدريبًا كاملًا.

فنزويلا

أنشأت المنظمة الصهيونية العالمية فرعًا لها في فنزويلا يسمى الاتحاد الصهيوني الفنزويلي ويقوم هذا الاتحاد بذل جهود مستمرة لنشر الأخبار الخاصة بإسرائيل في الصحف الفنزويلية ويصدر مجلة باللغتين العبرية والإسبانية كما يهتم بدعوة الزعماء السياسيين لزيارة إسرائيل. ويسهل مهمة الاتحاد الصهيوني بما تتمتع به الجالية اليهودية من نفوذ داخل الصحافة وسائر أجهزة الإعلام نتيجة لسيطرتها على المؤسسات

الاقتصادية التي تتحكم في الإعلانات التي تنشر في هذه الأجهزة.

أورجواي

تعتبر جمهورية أورجواي من أوائل الدول التي اعترفت بإسرائيل عند قيامها. ويبلغ تعداد الجالية اليهودية في أورجواي نحو ٨٠ ألف شخص يسيطرون على معظم المؤسسات الاقتصادية والمالية. وتعتبر الجالية اليهودية هناك محور الدعاية الانتخابية حيث تنافس الأحزاب السياسية في الحصول على تأييدها ومن الأمثلة التي تدل على تغلغل الصهيونية في أورجواي قيام الحكومة هناك بإصدار طابع بريد تذكاري بمناسبة زيارة الرئيس الإسرائيلي للبلاد.

وتحدثت المذكرة عن أهمية هذه الزيارة وزيارة اشكول لأفريقيا بالنسبة لإسرائيل.

الملحق الثالث

مذكرة عن النشاط الصهيوني في آسيا

نقلت عن إدارة الإعلام بالأمانة العامة لجامعة الدول العربية

النشاط الصهيوني في آسيا

أدركت الصهيونية منذ وقت بعيد أهمية القيام بنشاط دعائي واسع النطاق في القارة الآسيوية باعتبارها أكبر قارات العالم مساحة وعددا، وعلى الأخص لإمكانية جذب المهاجرين اليهود منها إلى فلسطين نظرًا لأن مستواهم المعاشي أقل منه في أوربا وأمريكا، فهم لذلك أقل تمسكا بالبقاء في بلادهم الأصلية.

ومنذ قيام إسرائيل سنة ١٩٤٨ ظلت هذه الأجهزة تواصل نشاطها في هذه المناطق بغية جذب أكبر عدد ممكن من أبنائها إلى إسرائيل عن طريق مراكز الوكالة اليهودية المنتشرة في بلاد أسيوية كثيرة.

وفيما يلي بعض الأمثلة المهمة لهذا النشاط الصهيوني التي وردت في تقارير مكاتب الجامعة في الخارج في الفترة الماضية:

الهند:

من المعروف أن الهند تقف موقفا وديا للغاية من الدول العربية في قضية فلسطين وتجلى ذلك بوضوح في الموقف الذي اتخذته الحكومة أخيرا من رئيس إسرائيل عند مروره بالهند في طريقه إلى نسال. ومع ذلك فان الدعاية الصهيونية تهز كل فرصة لبث دعاياتها، من ذلك ما يلي:

بعض المقالات التي تظهر في الصحف من حين لآخر، كالمقال التي نشرته الـ "تايمز أوف انديا"، في فبراير ٦٥ الذي تناول بالتحليل القضية الفلسطينية عامة، وقد

انتهى كاتب المقال إلى أن سياسة الهند الحالية هي خبر الجريدة مقال دعائي لإسرائيل بدأه بعرضي الله عنه الطريقة التي حلت بها إسرائيل مشكلة التغذية تغطية المقاصد السياسية، وتنشر الجريدة من حين لآخر أخبارا عن نشاط إسرائيلي في المجالات المختلفة.

ومن جهة أخرى فقد ذكرت صحيفة وجير وساليم بوست، الإسرائيلية أن عددًا من كبار الشخصيات الهندية يرون أن هذا الموقف اتخذ أساسًا بناء على تقدير خاطئ من رئيس الوزراء السابق نهرو.

ما زالت بعض الصحف الهندية تحاول الضغط على الحكومة الهندية من أجل الاعتراف بإسرائيل وتبادل التمثيل الدبلوماسي معها. فقد كتبت صحيفة "صنداى ستاندارد" التي تصدر في بومباي مقالًا أشارت فيه إلى أن بعض أعضاء حزب المؤتمر الهندي يقومون بحملة شديدة لإحياء هذه القضية

نقلت الصحيفة عن مؤيدي هذه السياسة قولهم أن الهند عندما تقيم علاقات أفضل مع إسرائيل لن تكون قد آثرت اليهود على العرب.

ويقول هؤلاء إن حياد الهند سيكون له معنى أعمق إذا تعرفوا على وجهة نظر إسرائيل لأنهم في الوقت الحاضر يعرفون وجهة نظر الجانب العربي من القضية فقط.

كما يعتقد هؤلاء أن سياسة الهند يساء فهمها في الخارج فبينما تظاهر الهند بالحياد بين العرب والإسرائيليين فإنها في الواقع ليست كذلك.

وادعت الصحيفة أن العرب يخطبون ود نيبال التي تربطها علاقات طيبة جدًا مع إسرائيل وحاولت التدليل بذلك على أن العرب سوف يزداد احترامهم للهند في حالة قام علاقات دبلوماسية بينها وبين إسرائيل.

وربطت الصحيفة بين ذلك وما اسمته بازدياد ضيق الغرب بسياسة الهند مشيرة إلى ما سبق أن نشرته صحيفة "الأهرام" متسائلة عن إمكان استمرار الهند في سياسة عدم الانحياز نظرًا للمساعدات الاقتصادية الأمريكية الضخمة التي تتلقاها الهند.

وفي نفس الوقت فقد أشارت إحدى الصحف الهندية إلى أنه بينما تجامل الهند العرب في قضيتهم مع إسرائيل فإن العرب يتخذون موقفًا محايدًا من الصين وباكستان في نزاعهما مع الهند.

وقد أكدت الهند موقفها من إسرائيل وصداقتها للدول العربية بأن رفضت عرضي الله عنها إسرائيليًا بتزويدها بالأسمدة وذلك لأسباب سياسية. وقد أعلن سوبرا ماينام وزير الأغذية والزراعة الهندي أمام البرلمان أن العرضي الله عنه الإسرائيلي كان تافهًا وأنه كان على الحكومة الهندية أن تضع في اعتبارها ردود الفعل الأخرى وكان في تقدير الحكومة الهندية أنه لا حاجة بها إلى قوله وقد سئل سوبرا ماينام في البرلمان عما إذا كانت إسرائيل قد عرضي الله عنهت على الهند مساعدات واسعة النطاق في برنامجها الزراعي، فأجاب بأنه لا يذكر أن إسرائيل تقدمت بأي عرضي الله عنه على أي نطاق واسع بمساعدة الهند في سد احتياجاتها الطارئة من المواد الغذائية.

كذلك تباشر الوكالة اليهودية نشاطًا واسعًا وفيما يلي بعض امثله له:

(١) أقيمت في وادي كشمير بالهند حلقة دراسية نظمها قسم تعليم النوارة بالوكالة اليهودية في بومباي وذلك في معسكر اطلق عليه "مخيم السلام" حضرة بعض الفتيان والفتيات واشتملت الحلقة على دراسات ومناقشات عن تاريخ اليهود وأخلاقياتهم وكذلك نشاط الوكالات اليهودية في داخل وخارج إسرائيل وتاريخ اليهود العريق في الهند. وقد حضر هذه الحلقة كضيف شرف مستر هـ. سينويز نائب رئيس المنظمة الصهيونية في بومباي الذي قابل السيدة أنديرا غاندي رئيسة وزراء الهند وأعرب لها عن أطيب أمنيات اليهود في الهند.

(٢) من المعروف أن المستر هـ. سينويز من أخطر عملاء إسرائيل في الهند نظرًا لعلاقاته بعدد كبير من الشخصيات الهندية والإسرائيلية في بومباي والتي تساعده في تقديم التسهيلات والمساعدات للمنظمة الصهيونية في بومباي.

أجريت في بومباي انتخابات اللجنة التنفيذية للمنظمة الصهيونية في بومباي عن

عام ٦٦–٦٧ وقد أسفرت الانتخابات عن فوز مستر هـ. سينوبز بناية الرئيس.

ويلاحظ أن هذه ليست المرة الأولى التي ينتخب فيها مستر هـ. سينويز نائبًا لرئيس اللجنة التنفيذية للمنظمة الصهيونية نظرًا لنشاطه ومجهوداته التي يبذلها في سبيل الدعاية الإسرائيل والصهيونية في الهند.

(٣) للمنظمة الصهيونية في بومباي نشاط ملحوظ في الدعاية الإسرائيل في منطقة جنوب الهند. وتتلقى معونات مستمرة من حكومة إسرائيل. وكذلك من قنصل إسرائيل في بومباي– سواء كانت هذه المعونات مادية أو أدبية. ولذلك فإن انتخاباتها السنوية لها أثر كبير في تغيير أو استمرار شكل أو برامج الدعاية الإسرائيلي.

تقوم المنظمة الصهيونية في بومباي بالدعاية لإسرائيل سواء بعرضي الله عنه أفلام دعائية عنها أو دعوة كبار الشخصيات الهندية أو الأجنبية لإلقاء المحاضرات عن إسرائيل والدعاية لها وكذلك تقوم بنشر مقالات في مختلف الصحف الهندية للدعاية لإسرائيل وتقوم المنظمة بإصدار نشرة شهرية "اندو– اسرائيل ريفيو" تعرضي الله عنه فيها نشاط المنظمة والدعاية لإسرائيل.

(٤) جاء في عدد يونيه من نشرة "اندو اسرائيل ريفيو" أن وفدًا هنديًا يمثل الوكالة اليهودية في بومباي سوفي يحضر المؤتمر اليهودي العالمي الذي سيقام في بروكسل في المدة من ٣١ يوليه إلى ١٠ أغسطس عام ١٩٦٦١ [١]ويتكون الوفد من أربعة أعضاء من بينهم المستر هـ. سينويز نائب رئيس المنظمة الصهيونية في بومباي الذي قابل مسز أنديرا غاندي وتحدث معها عن المؤتمر اليهودي العالمي وعن المشاكل التي يتعرضي الله عنه لها اليهود في الهند.

(٥) جاء في عدد نشرة أخبار من إسرائيل، الصادر في ١٥ يونيه سنة ١٩٦٦ أن مايسترو هندي يدعى زوبين مهتا– وهو من اشهر الموسيقيين الهنود– قام بقيادة

[١] صدرت المذكرة قبل هذا التاريخ– المؤلف.

الأوركسترا الفيلهارمونيك الإسرائيلي، وذلك في عدة حفلات موسيقية أقيمت ضمن جولة للمايسترو الهندي في داخل إسرائيل في كل من القدس وتل أبيب وحيفا ولقد أحرزت هذه الحفلات نجاحا كبيرًا وأشاد عدد من الصحف الإسرائيلية بمهارة المايسترو الهندي.

وزو بين مهتا من مواليد بومباي التي توجد بها جالية يهودية كبيرة علاوة على التغلغل الصهيوني الملحوظ في بومباي والذي ينتشر منها إلى منطقة جنوب الهند.

هذا وكانت الأوركسترا الفيلهارمونيك الإسرائيلية قد قامت بعدة جولات في مختلف أنحاء العالم، عزفت فيها الكثير من الأعمال الموسيقية الكلاسيكية وعلى سبيل المثال قامت الفرقة في عام ١٩٦٠ بجولة لمختلف بلاد العالم ومنها فرنسا والولايات المتحدة وكندا والمكسيك واليابان والهند وقد أقامت حفلًا موسيقيًا في بومباي خلال هذه الجولة في ديسمبر عام ١٩٦٠.

(٦) في آخر مارس ١٩٦٠ زار رئيس قسم آسيا في وزارة الخارجية الإسرائيلية الهند وقام بالاتصال برجال الخارجية الهندية إلا أن طلبه مقابلة رئيس الوزراء ووزير الخارجية قد رفض. وقد عرضي الله عنه أثناء وجوده هناك على وزير السياحة الهندي مشروع تنظيم زيارة ١٠٠٠٠ سائح إسرائيلي للهند. سنويًا، وقد صاحب هذه الزيارة الاتصال بعدد من المنظمات التي تؤيد إسرائيل ومن بينها حزب جان سانج اليمني الذي تدأب صحيفته على نشر المقالات المؤيدة لإسرائيل.

بورما:

في سنة ١٩٦١ وردت من مكتب الجامعة في نيودلهي معلومات تفيد أن إسرائيل جعلت من بورما منطلقًا لمخططاتها السياسية والتجارية في المنطقة، حيث تم- في المجال العسكري- تدريب بعض الضباط البورميين في إسرائيل ومن جهة أخرى أوفدت إسرائيل عددًا من العسكريين إلى بورما.

وقد أورد مكتب نيودلهي بعض البيانات الهامة فيما يتعلق بالتكوين السياسي في بورما في سنة ١٩٦١ ومدى ارتباط المنظمات الإسرائيلية، مع وما يستتبع ذلك من بيان إمكانيات نجاح دعاياتها هناك. فأشار إلى انقسام الحزب الحاكم في ذلك الوقت إلى فئتين رئيسيتين الأولى التي يتزعمها رئيس الوزراء الأسبق أونو وذكر أنها مرتبطة- مصلحيًا- مع إسرائيل حيث كانت تتعاون مع إسرائيل على نطاق واسع وفي كل المجالات، والثانية وهي التي تنتمي إلى المنظمة الأسيوية الاشتراكية التي ينتمي إليها حزب الماباى الإسرائيلي وهي ترتبط عقائديًا- مع إسرائيل. وقد اقترح المكتب في ذلك الوقت السعي من خلال مؤتمر عدم الانحياز لإبراز خطورة هذه الحقائق الرئيس وزرا بورما المشترك في المؤتمر، وأن يسمح بفتح مكتب فرعي له في رانجون للحد من النشاط الإسرائيلي. وقام مكتب نيودلهي بالاتصال ببعض الشخصيات في ذلك الوقت لإيضاح وجهات النظر العربية.

ومن المعروف أن الأوضاع السياسية قد تطورت في بورما إلى حد كبير منذ قيام مكتب دلهي بهذه الدراسة المبدئية التي لم تعقبها خطوات تنفيذية ملموسة، مما يقتضي إعادة الدراسة على ضوء الظروف الحاضرة وتحديد الوسائل التي يبدأ بها العمل الإعلامي العربي هناك، على ضوء النشاط. المتزايد الذي تبذله إسرائيل في المجالات المختلفة ومنها المجال. الاقتصادي وهو الاشتراك في إدارة البنوك والوظائف المدنية، والقيام بالتجارب في منطقة نام سانج بولاية شان لتنفيذ برنامج الاستيطان (التوطين) الذي يضطلع به الجيش وكذلك في ميدان الإصلاح الزراعي واستزراع مناطق الغابات، ولهذه الغاية ذهب حوالي مائة من جنود جيش بورما السابقين مع عائلاتهم إلى إسرائيل للتدريب في التعاونيات الإسرائيلية وعادوا بعد عام للإقامة في نام سانج واستعانوا بالخبراء الإسرائيليين لإدخال أنواع جديدة من الزراعات.

كما أن أعمال الفنادق أيضا موضع تعاون بين إسرائيل وبورما.

اليابان:

وردت في عام ١٩٦٥ بعض المعلومات عن التغلغل الإسرائيلي في اليابان. فقد أخذت محطات الإذاعة والتلفزيون تقدم المزيد من برامج الدعاية الإسرائيلية المعدة في الولايات المتحدة وكذلك تقوم جمعية الصداقة اليابانية الإسرائيلية بنشاط واسع أكثره خفي. والظاهر من هذا النشاط يتصل بالنواحي الثقافية والفنية. فقد نظمت سلسلة من الحفلات الثقافية برعاية السفارة الإسرائيلية تضمنت تبادل الكلمات بين السفير الإسرائيلي ورئيس هذه الجمعية ومحاضرة علمية ومعزوفات موسيقية لبعض المؤلفين الإسرائيليين أعلن فيها عن مسابقة دولية للعزف على (الهارب) تقام في إسرائيل سنويًا وتشترك فيها اليابان. كما يعمل في اليابان عدد من الموسيقيين الإسرائيليين الذين تقول الصحف عنهم أنهم أنشأوا لبلادهم سمعة كيرة في اليابان. كذلك فإن المسرح الياباني قد قدم تمثيلية إسرائيلية بعد ترجمتها إلى اللغة اليابانية تسمى (كارامبولي)، كما أن المنظمات الإسرائيلية قد دعت أحد كبار المخرجين اليابانيين لزيارة إسرائيل في طريق عودته من مهرجان (كان) للسينما بفرنسا تمهيدًا لإخراج فيلم عن إسرائيل. كذلك من المظاهر الهامة للنشاط الإسرائيلي ازدياد عدد ,السياح اليابانيين إلى إسرائيل والتسهيلات الضخمة التي تمنح لهم كأفواج جماعية أو في زيارات فردية وخاصة للشباب وتؤدي هذه الزيارات إلى سلسلة من المقالات الدعائية لإسرائيل. كذلك تقوم السفارة الإسرائيلية بالدعاية على نطاق واسع المنتجات بلادها الصناعية والزراعية، فقد أقيم معرضي الله عنه للبرتقال على ظهر سفينة نقل سويدية وصاحته مظاهر إعلامية واسعة عن السلع ومصدر بها ومستورديها.. كما أن الصحافة اليابانية تحفل بالمقالات التي تثني على إسرائيل في النواحي المختلفة سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية.

فيتنام الجنوبية:

أشارت إذاعة براغ إلى زيادة نشاط سفير فيتنام الجنوبية في واشنطن في الأيام

الأخيرة والى ما أعلنه السفير مؤخرًا من الاتفاق بين إسرائيل وفيتنام الجنوبية على تبادل العلاقات الدبلوماسية بينهما متناسيًا ما صرح به منذ شهرين من أن بلاده لن تقيم علاقات مع إسرائيل. وذكرت الإذاعة أن هيوبرت همفري نائب الرئيس الأمريكي جونسون نصح المسؤولين في فيتنام الجنوبية أثناء جولته في جنوب شرقي آسيا في أوائل هذا العام بطلب المساعدة العسكرية من تل أبيب.

كمبوديا:

حصلت أحدى المؤسسات الهندسية في إسرائيل على عطاء لإقامة مصنع للمشروبات الغازية في كمبوديا، وسوف تقوم المؤسسة الإسرائيلية بإقامة المصنع وتقديم الآلات التي تصنع في المصانع الإسرائيلية.

الفلبين:

اشتركت إسرائيل في دورة الشباب الآسيوية الثامنة لكرة القدم التي أقيمت في مانيلا عاصمة الفلبين في بداية شهر مايو ١٩ وقد اشترك في هذه– الدورة عدد من الدول الآسيوية منها ماليزيا وبورما وسيلان واليابان والصين– الشعبية والهند وسنغافورة والفلبين وتايلاند وهونج كونج. ومما يذكر أن - هذه ليست المرة الأولى التي تقوم فيها إسرائيل بإرسال فرقها الرياضية إلى. مختلف الدول الآسيوية.

كوريا الجنوبية:

نشرت بعض الصحف أخيرًا بعض أوجه النشاط الإسرائيلي في كوريا الجنوبية منها زيارة قام بها رئيس هيئة أركان الجيش الإسرائيلي لكوريا الجنوبية مؤخرًا وإنشاء جمعية الصداقة الكورية الإسرائيلية.

وتعود العلاقات الدبلوماسية على مستوى السفارات بين كوريا الجنوبية– وإسرائيل إلى يناير ١٩٦٢وقد أرسلت عدة بعثات رسمية إلى إسرائيل في مهام مختلفة.

وفي سنة ١٩٦١ زارت إسرائيل بعثة صداقة كورية وأدلى رئيسها الذي كان فيما

بعد سفيرًا في بريطانيا بتصريحات كثيرة مؤيدة لإسرائيل.

وفي مارس ومايو سنة **١٩٦٥** قامت بعثتان اقتصاديتان على المستوى الوزاري بزيارة إسرائيل– وفي أغسطس سنة **١٩٦٤** زارتها بعثة عسكرية امتدحت بعد عودتها النظم الإسرائيلية وأشارت بالاستفادة منها. وذكرت البعثة أن الجيش الإسرائيلي بفضل روحه المعنوية وقدرته على المناورات يعد أقوى من الجيوش العربية ويستطيع مواجهتها.

وقد تم تأسيس جمعية الصداقة المشار إليها، وفي مارس سنة **١٩٦٦** تمت زيارة رئيس أركان حرب الجيش الإسرائيلي وأجرى محادثات سرية قيل أنها تتعلق بالتعاون العسكري ضد البلاد المستقلة الأفرو آسيوية.

وعندما زودت ألمانيا الغربية إسرائيل بالسلاح في العام الماضي ألصقت على الصناديق بطاقات تحمل اسم كوريا الجنوبية. وهذه الواقعة تعكس العلاقات الوثيقة بين إسرائيل وكوريا الجنوبية.

نيبال:

وقد وردت إلى الإدارة أيضًا من مكتب نيودلهي بعض البيانات الخاصة بالنشاط الإسرائيلي في نسال. وقد زار مدير هذا المكتب نيبال في العام الماضي وقام ببعض الاتصالات بغية الحد من هذا النشاط.

وتتلخص أوجه النشاط الإسرائيلي هناك فيما يلي:

١– نشاط السفارة الإسرائيلية وهو وإن كان محدودًا نسبيًا إلا أنه ملحوظ نظرًا لضالة عدد السفارات هناك وخصوصًا لعدم وجود أية بعثة تمثيلية عربية دائمة في كاتماندو العاصمة.

٢– تتركز الدعاية الإسرائيلية هناك على الإنجازات الصناعية والفنية والتعاونية الإسرائيل وكيف أن هذه تصبح ممكنة في بلد صغير لو أتيح لها نفس الأساليب الإسرائيلية.

٣- شركة المقاولات النيبالية والتي تشترك فيها شركةSolel Boneh الإسرائيلية بنسبة ٤٩% وتقوم بتنفيذ عدد من المشروعات الحيوية والهامة. وكانت هذه الشركة تهدف إلى احتكار أعمال المقاولات. إن هذا الاتجاه لقي معارضي الله عنهة شديدة ولم يقدر له النجاح ولذلك فقدت هذه الشركة كثيرًا من أهميتها حيث لم تحصل على عمليات كبرى في الفترة الأخيرة، وكذلك فإن جانبًا من المساعدات الأمريكية النيبال يتم عن طريق هذه الشركة. ولذلك يتساءل الكثيرون ع ن مدى الحاجة إلى وجود هذه الشركة في الوقت الحالي إذ الأفضل التعامل المباشر مع الولايات المتحدة.

٤- تعمل إسرائيل على جلب عدد من التاليين للتدريب لديها في المزارع وفي المعهد الآسيوي الأفريقي للتعليم الفني والتقني. ويلقي هذا الأمر تأييدًا من حكومة نيبال على أساس افتقارها إلى المساعدات من أية جهة كانت.

وقد اقترح مكتب الجامعة في دلهي المواجهة النشاط الإسرائيلي هناك الاقتراحات التالية:

استكمال التمثيل السياسي العربي في سال، إقامة مكتب فرعي الجامعة هناك يشرف عليه موظف مقيم خصوصًا وقد أبدت الحكومة استعدادها للاعتراف به. توجيه الدعوة لبعض الشخصيات النيبالية لزيارة بعض الدول العربية. إمكانية إنشاء شركة مقاولات عربية مشتركة. إنشاء جمعية صداقة عربية نيبالية على أن يؤجل ذلك الحين وجود تمثيل عربي مقيم يستطيع أن يرعى هذه الجمعية.

وقد عرضي الله عنهت هذه الاقتراحات على اللجنة الدائمة للأعلام وأوصت بدراستها.

إيران:

من المعروف أن إسرائيل تبذل نشاطًا متزايدًا في إيران وعلى الأخص منذ اعتراف إيران بها وتبادلهما التمثيل الدبلوماسي.

وقد قام السفراء العرب في العام الماضي باستضاح ما إذا كانت الحكومة

الإيرانية تسع البترول الإيراني إلى إسرائيل فكان الرد عليهم أن البترول يباع الجماعة الشركات Consortuins المتعاقدة مع الحكومة ولا رقابة للحكومة على تصرف هذه الشركات في البترول بعد استلامها إياه. أما الحصة المخصصة لإيران ذاتها فهي لا يمكن بيع أي جزء منها لإسرائيل.

ومن الواضح أن تغلغل الدعاية الصهيونية إلى إيران بهذه الصورة يشكل خطرًا من نوع خاص نظرًا لأن إيران بلد إسلامي ويرتبط مع العالم العربي بعلاقات تاريخية قديمة وكان من الطبيعي أن يساند العرب ضد إسرائيل.

تركيا:

تعتبر تركيا الدولة الإسلامية الآسيوية الوحيدة إلى جانب إيران التي استطاعت إسرائيل أن تتغلغل داخلها في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية والثقافية والرياضية والعلمية والفنية. وهناك كثير من العوامل المشتركة بين تركيا وإيران التي مكنت لإسرائيل من هذا التغلغل.

وقد ساعد على ذلك وجود جالية يهودية كبيرة في تركيا يبلغ عددها ١٦٠ ألف أكثرهم من الأغنياء.

وهناك عوامل كثيرة ساعدت على توثيق العلاقات بين البلدين منها:

اعتبار تركيا وإسرائيل جزءًا من المعسكر الغربي وكرأس جسر التدعيم نفوذ هذا المعسكر في الشرق الأوسط، وارتباط إسرائيل وتركيا بالسياسة الغربية، ووجود الجالية اليهودية في تركيا، ووجود مكاتب للوكالة اليهودية في أزمير واستانبول، وغير ذلك.

ثم تحدثت المذكرة عن العلاقات السياسية بين البلدين: وكيف اعترفت تركيا بإسرائيل ومدى التعاون بينهما ومرور رئيس الدولة الإسرائيلية بمطار استانبول عام ١٩٦٦ واستقباله في المطار كما تحدثت المذكرة بعد ذلك عن العلاقات الاقتصادية بين البلدين وعقد الاتفاق التجاري بينهما عام ١٩٥٠ والذي جدد عام ١٩٦٠ وأسماء الشركات التركية التي تتعامل مع إسرائيل وبعد ذلك تحدثت عن المجال الدعائي

والسياحي وذكرت (أن أجهزة الدعاية في تركيا خاضعة لتحكم رأس المال اليهودي) وأوردت أمثلة على ذلك ثم تناولت العلاقات الثقافية والعلمية والفنية والتخطيط وتبادل الزيارات بين تركيا وإسرائيل.

ومما قالته: بالرغم من عدم وجود معاهدة ثقافية بين تركيا وإسرائيل إلا أن هناك علاقات ثقافية بين البلدين تقوم ضمن نطاق معين عن طريق تبادل طلبة المعاهد في كل منهما. وتعمل إسرائيل على تشجيع الأتراك للقيام بتجاربهم في معاملها ومؤسساتها فقد حدث في عامي ٥٧- ١٩٥٨ أن ذهب بعض الطلبة الأتراك من كلية الهندسة إلى إسرائيل وأتموا دراستهم فيها وكانت مصاريف إقامتهم على حساب المعمل الذي عملوا فيه بالإضافة إلى أن كلًا منهم كان يتقاضى شهريًا مائة وخمسين ليرة إسرائيلية.

هذا ويبدو أن تركيا بدأت أخيرًا تولى صداقتها للدول العربية اهتمامًا خاصاً. نقد زاد تبادل زيارات الوفود التجارية بينها وبين الدول العربية كان آخرها الوفد الذي زار الأردن للاتفاق على استيراد بضائع أردنية وكانت تصريحات الوفد ودية للغاية.

ومن الناحية السياسية فمن المهم الإشارة إلى الزيارة التي قام بها لتركيا أخيرًا رئيس وزراء العراق السابق الدكتور البزاز ولا شك أنها تعتبر تقاربًا واضحًا مع العراق ومع دول الجامعة العربية.

ومن جهة أخرى فقد أبلغت وزارة خارجية الجمهورية العربية المتحدة الأمانة العامة مؤخرًا أن السفير التركي قد أبلغ الوزارة بموافقة حكومته من جهة المبدأ على إنشاء مكتب للجامعة العربية في تركيا يتمتع أعضاؤه بالمزايا الدبلوماسية.

هذا وقد سبق أن قام السفراء العرب في انقره بالخطوات التمهيدية اللازمة لإنشاء جمعية الصداقة التركية- العربية. كما أن الأمانة العامة دعمت هذه المجهودات بتحويل بعض المبالغ إلى عميد السلك السياسي العربي هناك للإنفاق منها على

تأسيس هذه الجمعية.

هذا ويهمنا أن نشير إلى المجهودات التي يبذلها بعض أعضاء السفارات العربية هناك في الدعاية للقضايا العربية والى المعلومات التي يتفضلون بموافاتنا بها لهذا الغرضي الله عنه.

استعرضي الله عنهنا فيما تقدم بعض مظاهر النشاط الصهيوني في دول آسيا. ولا جدال في أن العمل العربي المشترك ينبغي أن يقوم على أساس دراسة شاملة لاحتياجات القارة الكبرى بعد تقسيمها إلى مناطق وأن تأخذ هذه الدراسة في اعتبارها تباين ظروف كل منطقة ومكوناتها الاجتماعية والدينية والسياسية والثقافية.

ومن بين تلك الظروف التي ينبغي مراعاتها في التخطيط الإعلامي ما يلي:

(١) إن العمل الإعلامي العربي يجب أن يخطط له على أساس دراسة عميقة لظروف كل منطقة لان التكوين الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والديني يختلف من مكان إلى آخر. ومن الواضح أن الدعاية في البلاد ذات نظم الحزب الواحد تعتمد على أساليب تختلف عن تلك التي تتم في البلاد ذات الأحزاب المتعددة. ففي الأولى تعتمد الدعاية أساسًا على التفاهم مع قيادة الحزب أو الحكومة، وفي النظم الأخرى تكون الأساليب التقليدية كالنشرات والأفلام والمعاﷺ أكثر فاعلية ويكون لاقتناع الرأي العام في هذه الحالة أثر أقوى في تأييد القضية كذلك الحال بالنسبة للتكوين القبلي والديني وما إلى ذلك.

(٢) إن الدعاية العربية يجب أن تعتمد على عمل منتظم ومستمر في المجالات الثقافية والاقتصادية يكون أقل حساسية وتأثرا بالظروف السياسية السريعة التغير مما هو عليه في الوقت الحاضر ويمكن للدعاية العربية أن تكون أكثر نشاطًا وتركيزًا في المناسبات التي تستلزم ذلك ولكن لا يمكن أن تخلو منطقة ما من الوجود العربي ثم يوجد فجأة في مناسبة ما لم ينقطع بعد ذلك وهكذا. وهذا العمل المنتظم يمكن أن يكسب انصارًا تلقائيين للقضية العربية في الأجل الطويل.

(٣) من الواضح أن هذا العمل المنتظم سواء في المجالات الثقافية أو الاقتصادية، يجب أن تضطلع به جهات الاختصاص في الدول الأعضاء فإنشاء شركة تجارية أو معهد ثقافي أو مركز التدريس اللغة العربية أو غير ذلك يجب أن يوفر له أخصائيون يمكن أن توفرهم الأجهزة المماثلة في الدول الأعضاء.

(٤) يجب التزام الدقة في اختيار الأشخاص القائمين بهذه الأعمال وأن يكون ذلك بناء على معايير موضوعية تراعي عند وضعها كافة الشروط التي تؤهل هؤلاء الأشخاص للقيام بواجباتهم في مجال تخصصهم بكفاءة إلى انب ما يكون لازمًا في رجل الإعلام زيادة في الفائدة باعتبار أن كفاءة العمل في ذاتهما تحقق فائدة إعلامية هامة.

(٣) ستوضح الدراسة التمهيدية اللازمة التي أشرنا إليها بعض المشاكل اللي يبغي عدم تعرضي الله عنه الدعاية العربية لها لحساسيتها وارتباطها بمفاهيم لا تلائم أحيانًا البلدان التي تم الدعاية فيها ويتعلق ذلك أغلب الأمر بالشؤون الدينية والاجتماعية أحيانًا وبعض المسائل السياسية (انتهت المذكرة).

(انتهت المذكرات)

(وبعد)

فعلى هذا النحو نشطت إدارة الإعلام بالأمانة العامة بجامعة الدول العربية في القيام بوصف الدعاية الصهيونية في كل من أمريكا اللاتينية وآسيا وأفريقيا. وربما كان المجهود الذي بذلته إسرائيل في داخل القارة الإفريقية أهم وأخطر من المجهود الذي بذلته في القارات الأخرى.

وقد كان بودنا أن نعرضي الله عنه على الباحثين جميع المؤتمرات التي قامت بها والجهود التي بذلتها إدارة الإعلام بالجامعة العربية. ولكننا خشينا الإطالة فاكتفينا بهذا القدر فقط على سبيل المثال لا الحصر.

وفي وسع الباحث الذي يعنيه موضوع الدعاية الصهيونية والطرق التي لابد أن يسلكها العرب في مكافحة هذه الدعاية أن يرجع إلى جامعة الدول العربية. وبها من

الوثائق ما ينير الطريق إلى هذه الغاية.

وحسبنا في هذا البحث الذي نقدمه إلى القراء أننا أبرأنا به ذمة العالم العربي بإزاء الدعاية الصهيونية. وأننا لم نأل جهدًا في دعوة العرب إلى مزيد من مكافحة هذه الدعاية الصهيونية وأن كنا نعلم في الوقت نفسه علم اليقين أن أمام الدول العربية أشواطًا بعيدة المدى في هذا السبيل.

مكتبة البحث

المراجع العربية

أ

إبراهيم إمام :

العلاقات العامة والإعلام: (القاهرة سنة ١٩٥٨)

العلاقات العامة والمجتمع: (القاهرة سنة ١٩٥٨)

أحمد سويلم العمري:

الرأي العام والدعاية –إدارة الإعلام بالأمانة العامة لجامعة الدول العربية.

إدوارد سيدهم :

مشكلة اللاجئين العرب (القاهرة سنة ١٩٦٣)

ب

توماس بيري:

الصحافة اليوم – ترجمة: مروان الجابري

ج

جعفر الخليلي:

مقدمة كتاب الإمام على نبراس ومتراس– تأليف الأستاذ سليمان كتاني.

جلال الدين الحمامصي:

هذه هي صحافتنا بين الأمس واليوم – القاهرة سنة ١٩٥٧

المندوب الصحفي –القاهرة سنة ١٩٦٣

من الخبر إلى الموضوع الصحفي –القاهرة– دار المعارف)

جول هوفنبرغ :

الصحفي المحترف – ترجمة: فؤاد مويساني

ح

حامد محمود:

الدعاية الصهيونية.. وسائلها وأساليبها وطرق مكافحتها.

حسن الحسيني :

الإعلام والدولة – بيروت

حسنين عبدالقادر :

الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة –القاهرة سنة ١٩٥٧

حسين فوزي النجار:

أرض الميعاد – القاهرة سنة ١٩٥٨

خ

خليل صابات :

الصحافة رسالة.. استعداد. فن. علم – القاهرة سنة ١٩٥٩

س

سلامة موسى:

الصحافة حرفة ورسالة – القاهرة سنة ١٩٥٨

ش

شحاته سمعان :

التلفزيون والمجتمع (١٩٦١– ١٩٦٢)

ع

عباس أحمد- رمضان خليفة:

دور التلفزيون في المجتمعات النامية.

عبداللطيف حمزه :

أزمة الضمير الصحفي – دار الفكر العربي سنة ١٩٥٨

المدخل في فن التحرير الصحفي – دار الفكر العربي سنة ١٩٦٥

مستقبل الصحافة – دار الفكر العربي.

الإعلام له تاريخه ومذاهبه – دار الفكر العربي سنة ١٩٦٥

الصحافة والمجتمع – القاهرة سنة ١٩٩٣

عبدالله البستاني:

حرية الصحافة – القاهرة سنة ١٩٥٠

علي محمدعلي :

إسرائيل والشرق الاوسط (القاهرة سنة ١٩٦٣)

ف

فائق صائغ:

الدبلوماسية الصهيونية

فؤاد ديب :

الرأي العام وطرق قياسه

م

مختار التهامي

الصحافة والسلام العالمى – المجلس الأعلى لرعاية الآداب– بالقاهرة

الاعلام والتحول الاشتراكي – القاهرة سنة ١٩٦٦

الرأي العام والحرب النفسية – القاهرة – سنة ١٩٦٧

محمد إسماعيل محمد :

الإذاعة

المسعودي

مروج الذهب

معهد الصحافة الدولي بمدينة زوريخ

أخبار الشرق الأوسط في الصحافة العالمية ترجمة: عبداللطيف حمزه ووليم الميري

محمد عبد المعز نصر :

الصهيونية في المجال الدولي – القاهرة سنة ١٩٥٦

محمد عوض محمد :

الاستعمار والمذاهب الاستعمارية – القاهرة سنة ١٩٥٩

محمد كمال الدين عبدالحميد :

الشرق الأوسط في الميزان الاستراتيجي – القاهرة سنة ١٩٥٩

المراجع الأوروبية

- **The foreign press. (merrell, Bryan and Olisky).**
- **The nature of the non Western world. (Vera M. Dean).**
- **One day in the World's Press. (W. Schram).**
- **World communication- Press, Radio, Film, Television) UNESCO.**
- **A handbook of the foreign press. (Merrill).**
- **Four Theories of the press. (Siebert, Peterson, Schram).**
- **Dectatorship in the modern world. (Ford, Guy stanson).**
- **Intention and authoritarianism. (Kottam, E. John).**
- **The four concepts in mass communication. (Schram, Wilbur).**
- **Broadcasting without barriers (George Codding) UNESCO.**

- Psychological Warfare. (Raugherty, Janourits).
- Case Book (Hopkins).
- A Theory of Cognitive Disonance. (Fistinger).
- The science of Human Communication. (Schram).
- The process and effects of mass communication. (Schram).
- Mass Communication. (Schram).
- Television on the lives of our children. (Schram)
- Public opinion and american. Democracy.(Knopf)
- Broadcasting and government. (Emery).
-Television and human Behavior. (Arons).
- Handbook of Social Psychology. (gardner Lingdsay).
- Measuring advertiseng effectiveness. (Lucas, Brittz).
-Successfull television and Radio advertising.
- Research methods in social relations (Deutseh).
- Studies in the Arab Theatre and Cinema. (Landan)
- Modernising The Middle East (Daniel Terner).

الفهرس